BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari produk risoles Derisol adalah merancang atau membuat suatu media informasi berupa kemasan yang bersifat lebih informatif, kepada masyarakat agar masyarakat percaya terhadap risoles Derisol. Selain itu membuat kemasan yang lebih praktis dan nyaman dengan mengikuti bentuk referensi kemasan yang sudah ada. Kemasan juga akan diberikan visual yang mencerminkan *target market.* Pemilihan warna yang akan digunakan pada kemasan ini adalah warna-warna yang dapat mewakili produk. Tipografi yang dipilih untuk kemasan risoles Derisol tentu saja merupakan jenis huruf yang harus memiliki tingkat keterbacaan yang jelas. Masyarakat yang menjadi *target market* adalah:

- Demografi :

  Usia: 19-40 tahun

  Gender: Laki-laki dan wanita

  Pendidikan: Mahasiswi, pegawai negeri/swasta dan ibu rumah tangga

  Status Ekonomi Sosial: Menengah atas

  Etnis: Semua etnis/suku
- Geografis :

  Primary: Kota Bandung

  Secondary: Kota besar di luar Bandung
- Psikografis :

  Gaya Hidup: Modern, suka *refreshing*, suka memberikan oleh-oleh kepada sanak saudara dan suka berwisata kuliner.

  Kepribadian: Suka bersosialisasi, dan memiliki banyak kenalan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting, karena dengan pendekatan komunikasi yang baik maka pesan yang akan di sampaikan juga dapat tersampaikan dengan baik dan mudah untuk dimengerti oleh target market.

Pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah dengan menyampaikan beberapa keunggungulan dari produk tersebut yaitu jenis varian rasa dan bahan-bahan dasar yang digunakan untuk membuat risoles Derisol. Berikut ini akan dijelaskan tentang pendekatan verbal dan pendekatan *visual* yang akan digunakan dalam perancangan ulang kemasan risoles Derisol:

- **Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal yang dilakukan dengan cara memberitahukan kepada masyarakat bahwa kemasan risoles Derisol yang baru lebih bersifat informatif. Dengan cara mencantumkan label halal, komposisi, cara penyimpanan risoles, penomoran Din-Kes dan jenis varian rasa, agar konsumen lebih percaya pada risoles Derisol. Selain informatif pendekatan verbal juga dilakukan dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baku, sederhana dan mudah dimengerti oleh masyarakat. Hal tersebut bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan dari perancangan kemasan ini lebih mudah dimengerti oleh *target market.* Kemudian *tagline* yang digunakan yaitu *Home Made Risoles – Made By Heart* karena memang produk yang dijajakan kepada konsumen merupakan produk rumahan yang diolah secara higienis dengan bahan-bahan pilihan yang diramu secara khusus untuk melahirkan citarasa risoles yang lezat dan bergizi tinggi untuk memuaskan hati pelanggannya.

- **Pendekatan Visual**

Pendekatan visual yang dilakukan dalam perancangan ulang kemasan risoles Derisol adalah menggunakan teknik fotografi dengan cara menampilkan foto dari jenis varian rasa risoles sehingga konsumen dapat mengetahui varian rasa risoles dan menarik perhatian konsumen untuk membeli risoles. Serta menggunakan ilustrasi outline untuk memunculkan estetika yang modern. Selain menambahkan foto pendekatan visual lainnya dapat dilakukan dengan cara memberikan elemen warna pada *layout* untuk mendukung kemasan agar telihat lebih menarik, seperti memberikan warna sesuai dengan produk yang ditawarkan.

- **Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi dalam menyampaikan gagasan dan emosi, dibutuhkan suatu bentuk komunikasi yang mampu menginformasikan sebuah pesan yang dengan mudah dapat dimengerti oleh *target market,* komunikasi tersebut dapat menggunakan bahasa visual, lambang-lambang atau kata-kata, gambar, grafik dan lain-lain. Dengan demikian tujuan komunikasi dalam media informasi ini yaitu :

- Memberikan informasi bahwa kemasan risoles Derisol yang baru lebih informatif, praktis dan nyaman agar mudah dibawa kemana saja dan menjadi pembeda dengan pesaing sejenisnya.
- Memberikan informasi kepada masyarakat bahwa risoles derisol sebagai makanan tradisional kini dapat berinovasi menjadi makanan yang memiliki banyak jenis varian rasa.
- Memberikan tampilan visual yang menarik pada kemasan yang baru dengan menambahkan foto-foto jenis varian rasa agar masyarakat mengetahui berbagai jenis varian rasa risoles Derisol.

- **Pesan Utama**

Pesan utama yang akan dijadikan pesan dalam perancangan ulang kemasan risoles Derisol ini adalah:

Diharapkan dapat memvisualisasikan keunggulan produk yang sesungguhnya, sehingga dapat menarik minat konsumen. Selain itu memposisikan risoles Derisol sebagai makanan tradisional yang divariasikan menjadi makanan yang memiliki banyak jenis varian rasa serta merupakan produk rumahan yang diolah secara higienis dengan bahan-bahan pilihan yang diramu secara khusus untuk memberikan citarasa risoles yang lezat dan bergizi tinggi untuk memuaskan hati pelanggannya dengan memberi informasi pada kemasan risoles yang lebih informatif, agar masyarakat lebih percaya terhadap risoles Derisol.

III.1.2 Strategi Kreatif

Melihat perkembangan Cafe Derisol saat ini dapat dikatakan penjualan risoles cenderung tidak stabil, hal tersebut dapat dilihat kurangnya daya beli masyarakat karena harga risoles yang semakin mahal dan juga outlet penjualan yang semakin

berkurang. Maka diharapkan dengan merancang ulang kemasan risoles Derisol yang baru akan dapat meningkatkan penjualan terhadap risoles Derisol. Pembuatan kemasan risoles Derisol yang baru tentu saja sebelumnya mempertimbangkan bahan material yang aman untuk digunakan, serta melihat standarisasi kemasan makanan pada umumnya. Selain itu bentuk kemasan tidak memiliki *cutting* khusus karena kemasan sudah lazim digunakan dipasaran. Kemasan juga dibuat lebih praktis agar konsumen mudah untuk membawa risoles Derisol kemana saja. Dengan bentuk yang praktis akan mempermudah kemasan untuk di *display* dan akan menarik perhatian konsumen karena kemasan tersebut tidak berbentuk flat.

Setelah mempertimbangkan itu semua, kemudian kemasan diberikan gaya visual yang mencerminkan produk risoles Derisol. Gaya visual itu sendiri terdiri dari beberapa elemen yaitu warna, tipografi, ilustrasi, *food* fotografi dan bentuk setengah lingkaran yang diletakkan pada bagian bawah kotak informasi. Warna yang digunakan yaitu warna orange, krem dan merah. Sedangkan tipografi menggunakan jenis huruf Curlz MT dan Monotype Corsiva. Gaya visual lainnya yaitu penggunaan ilustrasi outline untuk memunculkan estetika yang modern, selain itu *food* fotografi disini agar menggugah selera konsumen untuk mencoba risoles Derisol, serta menambahkan bentuk setengah lingkaran yang memberikan kesan dinamis terhadap visual.

III.1.3 Strategi Media

Pendekatan yang dilakukan adalah dengan cara mengemas materi pesan kedalam media dengan memberikan informasi dan mengaplikasikannya pada media utama dan media pendukung. Adapun media yang digunakan dalam perancangan ulang kemasan ini antara lain :

- **Media Utama**

  Kemasan risoles Derisol yang baru akan dibuat menjadi kemasan yang lebih informatif, praktis dan nyaman. Selain itu kemasan dibuat menjadi tiga bagian yaitu kemasan satu porsi dibuat untuk risoles berisi dua, kemasan setengah lusin dibuat untuk risoles yang berisi enam, sedangkan satu lusin dibuat untuk risoles yang berisi dua belas.

- **Media Pendukung**

Media pendukung merupakan suatu media tambahan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Tujuannya untuk membantu menyampaikan informasi mengenai kemasan risoles Derisol yang baru. Berikut beberapa media pendukung yang digunakan antara lain:

- ***Brosur***

  Merupakan salah satu media yang cukup efektif untuk memberi informasi kepada setiap orang bahwa telah hadir kemasan risoles derisol yang baru yang lebih informatif, praktis dan nyaman. Selain itu juga memberitahukan tentang keberadaan produksi risoles Derisol, dan informasi yang terkait dengan risoles Derisol.

- **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. Media ini juga mendukung bahwa adanya kemasan yang baru.

- ***Stiker***

  Merupakan media pendukung untuk mengenalkan kemasan risoles Derisol yang baru, sebab media ini nantinya akan ditempelkan pada kemasan setengah lusin dan jika stiker sudah lengkap ditempelkan pada kemasan konsumen akan mendapatkan hadiah menarik dari Café Derisol.

- ***Shopping Bag*** **(Kantong Plastik)**

  Salah satu media yang cukup efektif karena media ini akan berfungsi untuk menyimpan risoles lebih banyak bagi konsumen yang akan membeli risoles.

- **Kertas Roti**

  Kertas roti dipakai agar kemasan terlindung dari minyak risoles yang akan menyebabkan kemasan rusak sebelum dibawa pulang. Selain itu agar risoles tidak terkontaminasi dari bahan kemasan.

- ***T-Shirt***

  Media ini akan digunakan oleh karyawan, selain itu akan menjadi hadiah apabila konsumen membeli empat lusin risoles dan melengkapi stiker pada

kemasan setengah lusin. media ini juga mengenalkan kemasan baru risoles derisol yang lebih informatif, praktis dan nyaman.

- **Celemek**

  Clemek merupakan media pendukung yang akan digunakan oleh karyawan, selain itu akan menjadi hadiah apabila konsumen membeli empat lusin risoles dan melengkapi stiker pada kemasan setengah lusin. media ini juga mengenalkan kemasan baru risoles derisol yang lebih informatif, praktis dan nyaman.

- **Pin**

  Media ini sebagai media pendukung keliling yang mempunyai nilai kreativitas agar bisa mengenal kemasan risoles Derisol yang baru. Pin dijadikan sebagai hadiah apabila konsumen membeli dua lusin, maka konsumen akan mendapat dua pin setelah melengkapi stiker pada kemasan setengah lusin.

- **Gantugan Kunci**

  Media ini juga sama seperti pin yaitu sebagai media pendukung keliling yang mempunyai nilai kreativitas agar bisa mengenal kemasan risoles Derisol yang baru dan mengingat produk risoles Derisol. Cara mendapatkan media ini konsumen harus membeli dua lusin, maka konsumen akan mendapat dua gantungan kunci setelah melengkapi stiker pada kemasan setengah lusin.

- **Mug**

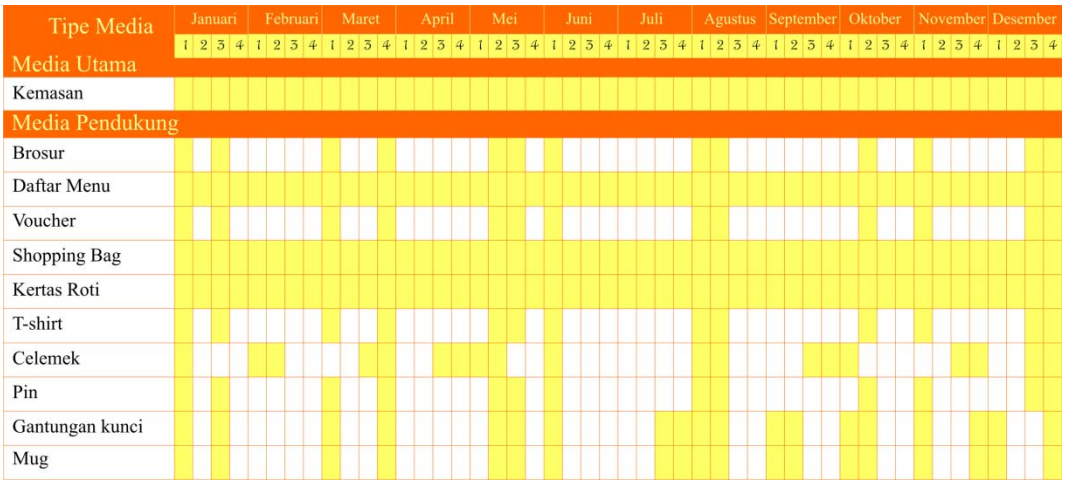
  Penggunaan media ini sebagai fungsi sehari-hari agar mengingat dan lebih mengenali *brand*. Selain itu mengenalkan kemasan risoles Derisol yang baru. Cara mendapatkan mug ini konsumen harus membeli dua empat lusin risoles dan melengkapi stiker pada kemasan setengah lusin.

III.1.4 Strategi Distribusi

Untuk media utama seperti kemasan diletakkan setiap harinya di Café derisol, sebab konsumen yang akan membeli risoles bisa langsung melihat kemasan baru yang lebih informatif, praktis dan nyaman. Sedangkan brosur akan disebarkan ke tempat-tempat yang sering dikunjungi target market. Selain itu media pendukung lainnya yang bersifat alternatif seperti daftar menu, stiker, shopping bag, kertas

roti, kaos, celemek, pin, gantungan kunci, dan mug akan ditempatkan, dimana semua konsumen bisa melihat media tersebut setiap hari di Café Derisol.

Tabel III.1 Tabel Strategi Distribusi

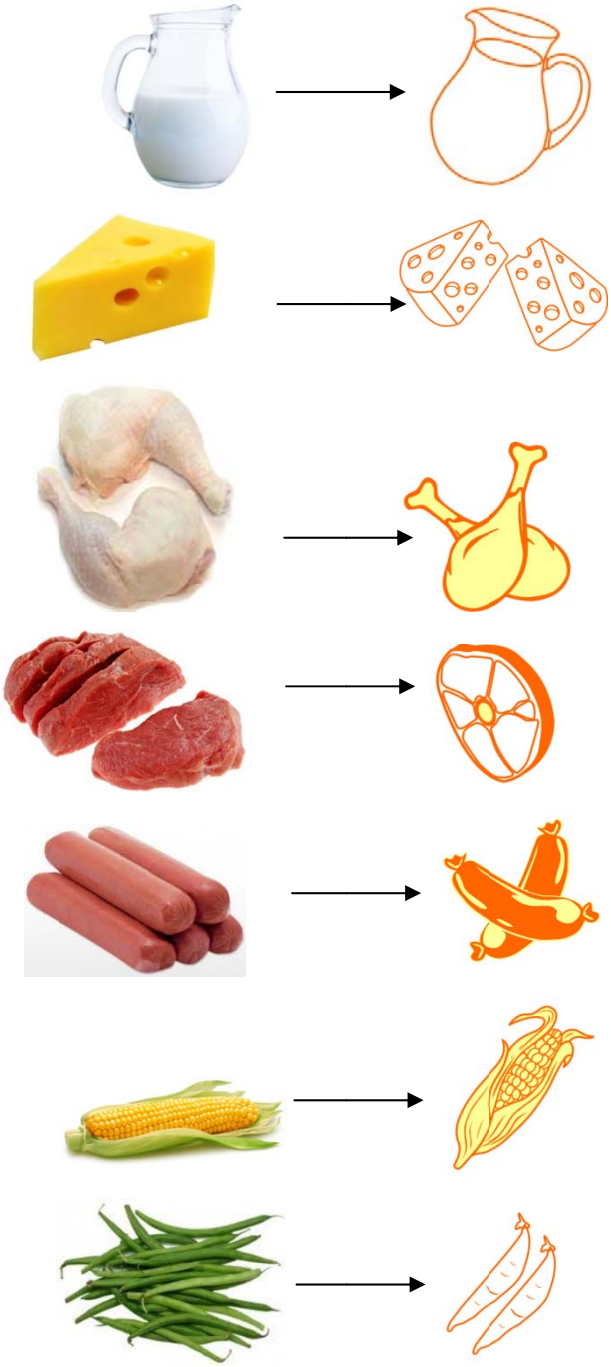


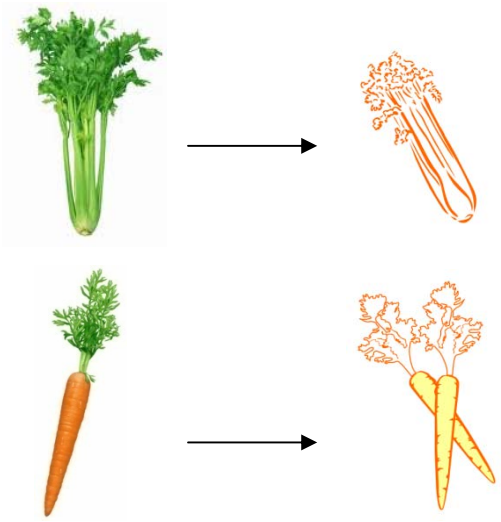
Jadwal penyebaran media dilakukan selama 12 bulan terhitung dari bulan januari sampai desember, mengingat kurun waktu tersebut banyak memiliki hari libur baik itu libur biasa ataupun libur panjang seperti Puasa, Idul Fitri, Hari kemerdekaan, dan Natal. Pada tahap awal bulan januari lebih menekankan pada pengenalan kemasan risoles Derisol baru yang lebih informatif, praktis dan nyaman. Untuk bulan selanjutnya dari bulan Maret hingga Desember lebih mengenalkan hadiah-hadiah melalui pembelian risoles setengah dan satu lusin.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan ulang kemasan risoles Derisol ini secara visual menggunakan tahap emosi dan logis. Dimana tahap emosi itu sendiri dapat dilihat dari bentuk kemasan yang memunculkan kesan mewah, bersifat praktis dan nyaman. Serta didukung dengan tampilan visual yang memiliki kesan renyah, hangat, nikmat dan tidak berpengawet. Hal tersebut dapat menimbulkan emosi *target market* untuk melakukan pembelian terhadap risoles Derisol. Sedangkan tahap logis kemasan baru mencantumkan label halal, komposisi, cara penyimpanan risoles, penomoran Din-Kes dan jenis varian rasa yang akan membuat *target market* percaya terhadap risoles Derisol. Selain menggunakan tahap emosi dan logis, kemasan juga ditambahkan gaya ilustrasi outline dimana penambahan ilustrasi outline tersebut untuk menarik perhatian dan memberi

informasi secara tidak langsung bahwa risoles terbuat dari bahan-bahan yang digambarkan dengan ilustrasi outline. Sedangkan icon yang terdapat pada bagian tampak kiri kemasan, berfungsi untuk memberikan petunjuk agar konsumen mengerti bagaimana cara menyimpan atau menyajikan risoles Derisol yang belum matang dan icon yang ada pada bagian kanan memberitahukan untuk selalu menjaga kebersihan dengan membuang kemasan pada tempatnya. Berikut ilustrasi outline yang digunakan pada kemasan.





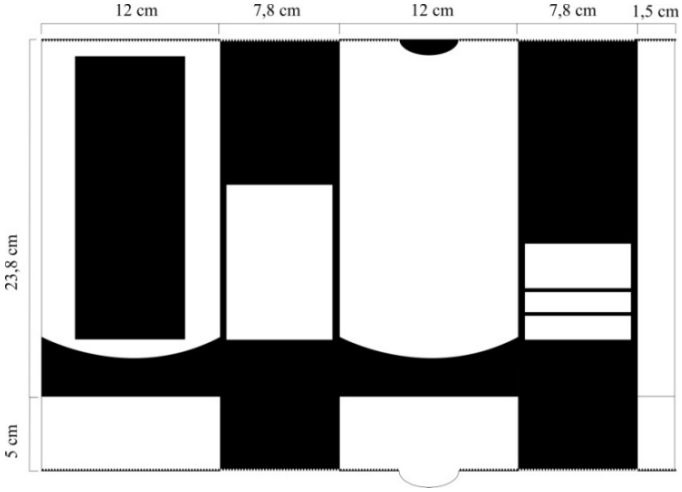
Gambar III.1 Ilustrasi outline pada kemasan

III.2.1 Format Desain

Format desain media utama yaitu kemasan satu porsi (isi dua) dengan ukuran 23,8cm x 7,8cm x 12cm dibuat untuk konsumen yang hanya ingin membeli sedikit dan menjadikannya camilan saja. Sedangkan kemasan setengah lusin dengan ukuran 17,8cm x 10,2cm x 8cm dibuat untuk dibawa pulang dan mengkonsumsinya bersama keluarga. Sedangkan kemasan satu lusin dengan ukuran 27,2cm x 10,2cm x 8cm dibuat untuk dijadikan oleh-oleh atau hanya sekedar ingin membeli dalam jumlah yang banyak. Selain itu kemasan akan dibuat lebih praktis dan nyaman dengan mengikuti referensi kemasan yang sudah ada. Material kemasan yang dipakai untuk kemasan satu porsi yaitu hvs 100gr berwarna putih, pemilihan hvs berwarna putih karena akan mempermudah memunculkan warna pada kemasan. Untuk kemasan setengah dan satu lusin menggunakan material artpaper 310gr, selain mempermudah menampilkan warna material artpaper 310gr mampu menahan berat risoles Derisol yang berisi enam atau duabelas. Ukuran yang dipakai untuk membuat kemasan risoles Derisol menggunakan ukuran kertas A3+ dimana ukuran ini merupakan seperdelapan dari kertas A0 sebesar 841 x 1189mm, yang luasnya setara dengan satu meter persegi. Ukuran kertas tersebut biasanya digunakan untuk teknik cetak pada umumnya.



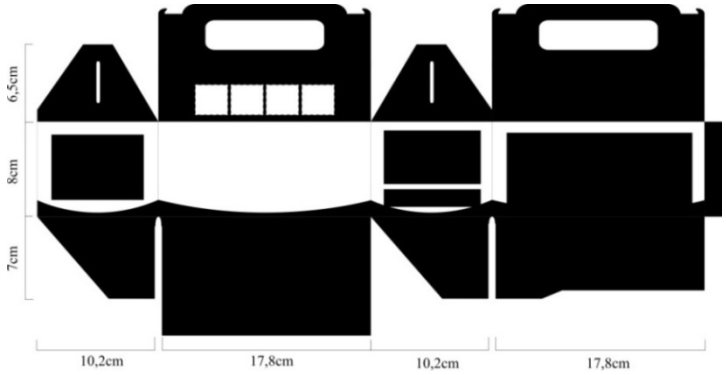
Gambar III.2 Referensi untuk kemasan satu porsi
Sumber : http://www.bags99.com (21 juli 2012)



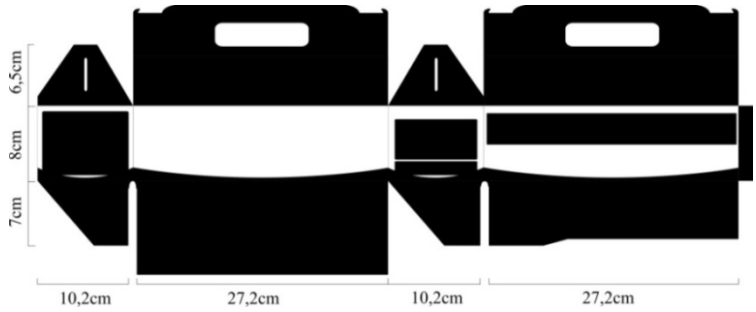
Gambar III.3 kemasan risoles Derisol satu porsi



Gambar III.4 Referensi untuk kemasan setengah dan satu lusin
Sumber : http://tekinforkomsmanrog.blogspot.com (7 Agustus 2011)



Gambar III.5 Kemasan risoles Derisol setengah lusin



Gambar III.6 Kemasan risoles Derisol satu lusin

III.2.2 Tata Letak *(Layout)*

Layout dibuat dengan memadukan berbagai macam unsur grafis yang meliputi warna, bentuk, dan pemilihan huruf (tipografi) menjadi satu kesatuan. *Layout* pada kemasan baru mengggunakan warna *orange*, krem dan merah. Warna tersebut dipilih sesuai dengan produk yang ditawarkan. Penambahan unsur Ilustrasi dan foto jenis-jenis varian rasa risoles dibuat untuk menarik perhatian konsumen karena dengan melihat jenis varian rasa konsumen akan tergugah untuk membelinya. Selain itu pada bagian bawah foto jenis varian rasa risoles ditambahkan kotak kecil untuk memberi tanda agar mempermudah konsumen mengetahui jenis risoles apa yang dibeli. Berikut keterangan dari *Layout* kemasan baru risoles Derisol:

- **Logo**

Sebuah nama, tanda kepemilikan dan representasi produk dan tempat. Logo disini adalah Derisol. Dimana singkatan Derisol itu sendiri adalah *Delicious* Risol

- **Sub - nama Merek (teks sekunder)**

Berupa Ragam atau macam yang dikeluarkan oleh risoles Derisol. Misalnya : Risoles *Original, Mix n' Delight, Meat n' Great, Vegie Fun* dan *Cheesy Cheese.*

- **Informasi**

Informasi yang dicantumkan berupa alamat perusahaan, label halal, komposisi, cara penyimpanan risoles, penomoran Din-Kes dan jenis varian rasa.

III.2.3 Tipografi

Surianto Rustan (2010) menjelaskan "Huruf dan *layout* didesain dengan memperhitungkan faktor *legibility* yaitu membahas kejelasan informasi satu-persatu, dan *readability* yaitu tingkat keterbacaan keseluruhan teks yang telah disusun dalam suatu komposisi. Jenis tipografi yang digunakan adalah jenis font (huruf) yang mewakili karakter dari identitas perusahaan itu sendiri. (h.74)

- **Sub Merek**

Original
Meat n Great
Mix n Del

Curlz MT

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890.,:;!?/@#%&*( )

Pemilihan tipografi pada sub merek ini dipilih tipografi *Curlz MT*, dikarenakan tipografi tersebut mewakili karakteristik dari risoles Derisol itu sendiri, yaiu tidak tajam, dan meliuk-liuk seperti gulungan kulit risoles.

- **Informasi**

Bandung:

Jl.Citarum no.24

T.(022) 7107160-F.(022) 7203050

Jl. BKR (Alifa)

Jl. Ciliwung Krang-Kring (Movie Room)

Jl.Gatsu (Food Court Trans Studio Mall)

Monotype Corsiva

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890.,:;!?/@#%&( )*

Jenis font yang digunakan untuk keterangan informasi menggunakan font *Monotype Corsiva*, karena tipografi tersebut menyesuaikan dengan huruf yang dipakai oleh sub merek dan mempermudah keterbacaan.

III.2.4 Ilustrasi Kemasan Risoles Derisol

Ilustrasi yang digunakan untuk kemasan risoles Derisol menggunakan gaya ilustrasi outline. Hal tersebut dikarenakan untuk memunculkan estetika modern, juga memberikan informasi secara tidak langsung bahwa risoles terbuat dari bahan-bahan yang digambarkan dengan ilustrasi outline. Berikut penjelasan tentang kemasan risoles Derisol:

- Tampak Depan



Pada bagian tampak depan kemasan risoles terdapat logo, label halal, dan ilustrasi outline. Penempatan logo pada tampak depan agar *target market* dapat mengenali serta mengingat *brand* dan produk dari risoles Derisol. Sedangkan label halal ditempatkan pada bagian depan agar target market langsung dapat mempercayai bahwa risoles Derisol halal untuk dikonsumsi.

- Tampak Belakang



Bagian belakang kemasan risoles menampilkan foto dari jenis varian rasa risoles, agar target market dapat mengenal berbagai macam varian risoles Derisol.

- Tampak Kanan



Pada bagian kanan kemasan terdapat beberapa informasi seperti alamat penjualan, komposisi, dan icon. Icon tersebut memberitahukan setelah kemasan kosong diharapkan untuk membuangnya pada tempatnya.

- Tampak Kiri



Tampak kiri kemasan terdapat informasi tentang cara penyajian serta penambahan icon yang mempermudah konsumen melihat bagaimana cara menyimpan risoles Derisol yang belum matang.

III.2.5 *Food* Fotografi

Data-data gambar yang di letakkan pada kemasan baru risoles Derisol memakai teknik fotografi sebagai elemen pendukung dalam pembuatan media informasi dengan menggunakan kamera DSLR. Berikut foto-foto dari jenis varian rasa risoles Derisol yang di layout pada kemasan baru.

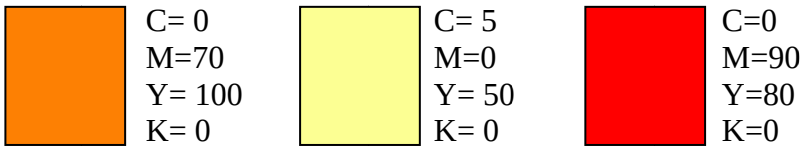




Gambar III.7 Jenis-jenis risoles Derisol
Sumber: http//derisol.wordpress.com (15 Maret 2011)

III.2.6 Warna

Warna adalah suatu hal yang sangat berpengaruh secara psikologis terhadap seseorang, oleh karena itu warna yang terdapat pada kemasan risoles Derisol ini harus dapat menyampaikan arti pesan yang ingin disampaikan. Tiga warna ini dipilih karena warna tersebut dapat mencerminkan produk risoles Derisol.



Gambar III.8 Warna Pada Layout Kemasan Risoles Derisol

Warna *Orange*

Warna *orange* dipilih karena memancarkan kehangatan dan energi. hal tersebut cocok untuk produk risoles Derisol yang disajikan secara hangat pada saat dibawa pulang. (http://www.alimmahdi.com/28 October 2012).

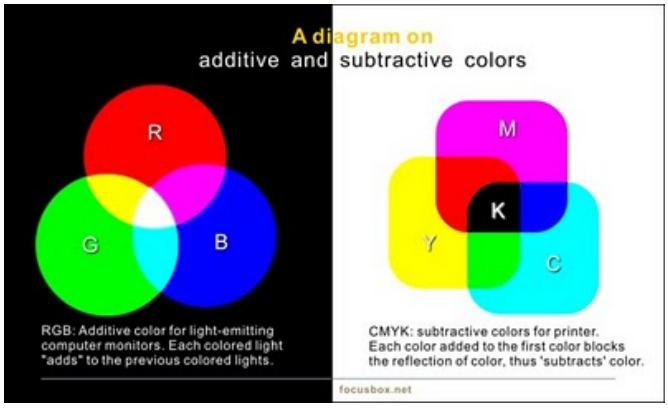
Warna Krem

Warna krem memiliki efek yang kecil dalam memberikan kesan akhir pada sebuah desain ketika digunakan bersama dengan warna lain. Warna ini dipilih sebagai warna cerah agar ilustrasi dan teks dapat terlihat jelas oleh target market (http://ssicommunity.com/28 Januari 2010).

Warna Merah

Warna merah mempunyai pengaruh terhadap produktivitas, perjuangan, persaingan dan keberanian. Warna ini dipilih karena agar risoles Derisol berani dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama (http://www.alimmahdi.com/28 October 2012).

Dalam proses produksi kemasan risoles Derisol, komposisi model warna yang digunakan adalah CMYK. Warna CMYK dipilih karena model pewarnaan ini umum digunakan dalam proses cetak offset. CMYK merupakan singkatan dari *cyan, magenta, yellow, key* dan biasanya juga sering disebut sebagai warna proses atau empat warna. CMYK adalah sebuah model warna berbasis pengurangan sebagian gelombang cahaya (*substractive color model*), sedangkan warna RGB adalah model warna *additive (*warna pencahayaan) yang bertujuan sebagai pengindraan dan presentasi gambar dalam tampilan visual pada peralatan elektronik seperti komputer, televisi, dan fotografi. Warna RGB difungsikan untuk tampilan dimonitor komputer karena warna latar belakang komputer adalah hitam. Jadi warna *red, green, blue* atau disingkat RGB apabila dikombinasikan maka terciptalah warna putih inilah mengapa berfungsi sebagai warna dasar untuk berbagai intensitas cahaya untuk mencerahkan warna latar belakang yang gelap (hitam) sedangkan warna CMYK digunakan untuk menampilkan warna seimbang dengan latar belakang putih dari bahan cetak seperti kertas dan lain-lain.



Gambar III.9 Komposisi model warna
Sumber : http://www.desainstudio.com