BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Dalam perancangan identitas visual PT. Meprofarm dibutuhkan strategi yang tepat agar dapat menyelesaikan masalah dengan baik. Maka perancangan ulang logo diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada pada identitas visual PT. Meprofarm, serta dapat meningkatkan citra perusahaan. Dengan memperhatikan visi untuk menjadi perusahaan farmasi yang fokus pada kemajuan produksi secara kontinyu pada kualitas produk untuk kemajuan kualitas perusahaan.

3.1.1 Pendekatan Komunikasi

1. Pendekatan Visual

Komunikasi visual mempergunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi ini menggunakan bahasa visual, di mana unsur dasar visual yaitu yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesannya adalah dengan segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna ataupun pesan.

Pendekatan visual dituangkan dalam bentuk karakter perusahaan farmasi yang meningkatkan riset pengembangan produk dengan menggunakan bahan-bahan alami *"back to nature".* Visual logo diwakilkan oleh bentuk tabung reaksi dan suatu kegiatan riset di bidang farmasi dalam meracik obat yang dikombinasikan dengan simbol daun yang bermakna alami, begitu pula penggunaan warna pada logo menggunakan warna hijau yang mengandung arti alami. Agar dapat mudah dipahami dan memiliki makna yang mendalam dari bentuk identitas visual. Sedangkan penggunaan tipografi dipilih jenis huruf yang memiliki karakter dinamis, tanpa sudut lancip berkesan lembut, mempunyai kemiripan dengan bentuk tabung reaksi, jenis huruf tersebut juga mempunyai tingkat keterbacaan yang baik.

2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan cara mengkomunikasikan dengan adanya slogan atau ucapan tentang keunggulan perusahaan melalui kualitas produk yang tinggi, maka tag lines sebagai pesan utama yang ingin disampaikan adalah *"come from nature"*.

3.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan seluruh bagian bentuk logo sebagai peluang dalam menyampaikan pesan untuk dikomunikasikan.

Untuk menyampaikan identitas visual PT. Meprofarm yang lebih baik, maka perlu beberapa hal yang harus menjadi perhatian pada perancangan ulang logo:

- Identitas visual dapat mencerminkan perusahaan yang bergerak dibidang farmasi, yang meningkatkan riset dengan menggunakan bahan-bahan alami *"back to nature"*.
- Logo dapat menyampaikan visi dan misi yang ditargetkan pihak perusahaan PT. Meprofarm.
- Logo dapat mengikuti perubahan dalam perkembangan jaman.
- Logo yang dihasilkan original dan unik.

3.2 Konsep Visual

Acuan pengolahan bentuk visual dalam proses perancangan ulang logo PT. Meprofarm adalah "farmasi, alami dan profesional". Konsep dalam redesain logo PT. Meprofarm merupakan bentuk ilustrasi huruf "M" yang terbentuk dari dua buah tabung reaksi yang sejajar, yang salah satunya mengalirkan cairan kimia mengisi tabung reaksi sebelahnya yang kemudian bereaksi keatas membentuk simbol daun. Konsep tersebut merupakan ilustrasi kegiatan riset dengan menggunakan tabung reaksi dan salah satu kegiatan mencampurkan bahan kimia

dalam meracik obat. Konsep perancangan tersebut terbentuk dari bagian kegiatan PT. Meprofarm yang bergerak di bidang farmasi yang meningkatkan riset dengan memanfaatkan bahan-bahan alami *"back to nature"*. Penerapan warna pada logo adalah warna hijau yang bermakna alami untuk mendukung konsep pemanfaatan bahan alami tersebut diatas. Pada penggunaan jenis huruf yaitu Junnegul yang berkarakter dinamis dengan bentuk lengkung yang memiliki kemiripan dengan bentuk tabung reaksi sehingga dapat mendukung bentuk visual logo.

3.2.1 Format Desain

Logo yang digunakan adalah gabungan antara *logogram dan logotype. Logogram* diwakilkan oleh bentuk ilustrasi huruf "M" yang terbentuk dari penggabungan dua buah tabung reaksi yang dikombinasikan dengan simbol daun yang bermakna alami, dan *logotype* dengan menggunakan tipografi dengan jenis karakter *rounded* yang dinamis.

Format desain secara anatomi logo dengan bentuk *picture mark* dibagian atas dari bagian *letter mark* dengan perbandingan ukuran yang sesuai, membentuk identitas visual PT. Meprofarm.

3.2.2 Tata Letak *(layout)*

Tata letak atau *layout* dilakukan dengan konsep yang sesuai dengan anatomi logo pada perancangan yaitu *picture mark* pada bagian atas dari *letter mark*, dengan mempertimbangkan nilai estetika secara fungsional. Logo dimungkinkan untuk perubahan menurut variasi logo, disesuaikan dengan ruang aplikasi media. *Logogram* dimungkinkan berpindah disamping *logotype* sebagai variasi aplikasi logo pada media tertentu.

3.2.3 Tipografi

Komunikasi yang disampaikan secara visual lewat tulisan merupakan komunikasi non verbal, melalui uraian yang memuat tipografi. Bisa dikatakan tipografi merupakan visualisasi kata-kata.

Tipografi yang digunakan adalah jenis karakter *rounded*, yang terkesan dinamis dengan tingkat keterbacaan yang baik dan tegas untuk mendukung identitas visual PT. Meprofarm.

PT. MEPROFARM

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 v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 [ ] ( ) { } / \ < > ?

3.2.4 Ilustrasi

Pembentukan elemen gambar yang dapat menciptakan daya tarik serta memiliki bentuk yang unik serta mendukung sebagai identitas visual PT. Meprofarm. Ilustrasi merupakan bentuk tabung reaksi dan kegiatan di bidang farmasi dalam riset dengan mencampurkan cairan bahan kimia, dikombinasikan dengan simbol daun yang bermakna alami, begitu pula penggunaan warna hijau pada logo yang mengandung arti alami.

3.2.5 Warna

Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Warna mampu memberikan respon secara psikologis, setiap warna memiliki kemampuan masing-masing. Sebagaimana warna hijau yang digunakan dalam redesain visual logo PT. Meprofarm memiliki kemampuan arti alami, kesehatan, pandangan yang enak dan pembaruan.

Penggunaan warna hijau yang kontras ditujukan agar menambah nilai keterbacaan, menarik perhatian serta memiliki kesan dari warna yang digunakan untuk identitas PT. Meprofarm.

3.3 Eksekusi Visual

Perancangan ulang logo sebagai identitas visual PT. Meprofarm dilakukan sesuai dengan segala yang berkaitan dengan perusahaan, dan pesan yang mudah dipahami dengan tag lines *"come from nature"*

3.3.1 Hasil Akhir Logo



Gambar.3.1 Hasil akhir logo

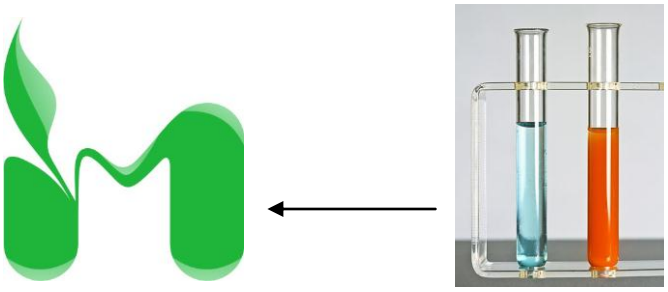
3.3.2 Penjabaran Visual Logo

a. Logogram



Gambar.3.2 Logogram

Menganalisa pada perusahaan dan menentukan elemen-elemen yang digunakan pada pembuatan logo maka dibuatlah visual logogram yang terdiri dari bentuk dua buah tabung reaksi yang merupakan bagian dari perlengkapan riset pada bidang farmasi.



Gambar.3.3 Tabung reaksi

Sumber: http://www.static.guim.co.uk/sys-images/Guardian/Pix/pictures/2012/5/2/1335952468976/test-tubes-in-a-lab-008.jpg (15April 2013)

Bentuk yang menjadi bagian dari logo juga salah satu kegiatan dalam riset pengembangan produk obat-obatan yang merupakan kegiatan di bidang farmasi dalam meracik formula obat.



Gambar.3.4 Kegiatan riset

Sumber: http://www.static.guim.co.uk/sys-images/Guardian/Pix/pictures/2012/5/2/1335952468976/test-tubes-in-a-lab-008.jpg (15April 2013)

Bentuk yang menjadi bagian dari logo yang terakhir yaitu simbol daun yang bermakna alami, untuk mendukung perusahaan terkait yang menggunakan bahan-bahan alami dalam riset dan pengembangan produknya.



Gambar.3.5 Simbol daun

Sumber: http://www.listianash.wordpress.com/2008/02/23/tanaman-obat/ (15April 2013)

b. Logotype





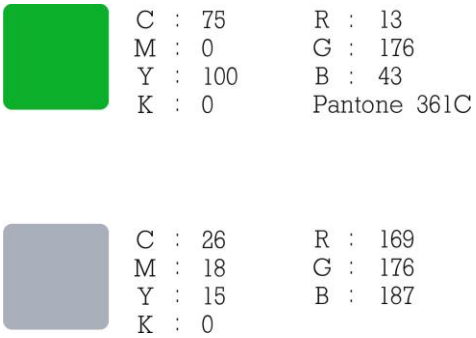
Gambar.3.6 Logotype

Sumber: http://www.static.guim.co.uk/sys-images/Guardian/Pix/pictures/2012/5/2/1335952468976/test-tubes-in-a-lab-008.jpg (15 April 2013)

Jenis huruf yang dipilih untuk *logotype* adalah junegull, dengan sudut lengkung yang berkesan dinamis, mempunyai kemiripan dengan bentuk tabung reaksi, jenis huruf tersebut juga mempunyai tingkat keterbacaan yang baik.

c. Warna

Warna pada *logogram* dan *logotype* menggunakan warna hijau yang memberi kesan alami dan segar, bermakna sehat, ketenangan, lingkungan hidup dan kreatif. Sedangkan warna pada slogan perusahaan menggunakan warna abu-abu yang bermakna formal, keamanan, seimbang dan dapat diandalkan.



Gambar.3.7 Warna