BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Dalam perancangan logo baru Puding Agnes ini strategi perancangan yang akan dilakukakan yaitu memberikan kesan *modern*, yaitu dengan memadukan antara telur dan susu sehingga menghasilkan sebuah logo yang dinamis dengan bentuk yang menarik lebih elegan serta mencitrakan produk dari Puding Agnes yaitu Puding.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Dalam penyampaian pesan agar dapat diterima dengan baik, atau memiliki kesan menarik perhatian konsumen perlu pendekatan komunikasi dengan menampilkan logo yang mudah dipahami, memiliki tingkat keterbacaan yang baik tetapi tetap memperlihatkan kesan *modern*.

1. Pendekatan Visual

Dalam pendekatan visual dilakukan pertimbangan-pertimbangan untuk pemilihan bentuk, warna, dan tipografi sehingga terbentuk sebuah logo yang mudah dipahami tetapi tetap memberikan kesan *modern* untuk memcerminkan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner sehingga tidak menimbulkan kecenderungan berfikir oleh masyarakat terhadap perusahaan yang bergerak dibidang yang lain. Adapun pertimbangan-pertimbangannya adalah:

a. Pemilihan bentuk untuk logo yang diolah memalui proses komunikasi dari bentuk telur yang merupakan bahan pembuatan puding dari Puding Agnes, serta bentuk dari susu yang kental untuk memberikan kesan meleleh pada logo Puding Agnes.
b. Dalam pemilihan warna merupakan warna-warna yang tidak terlalu kontras warna yang mewakili produk dari Puding Agnes.
c. Pemilihan tipografi dalam perancangan ini memberikan kesan perusahaan kuliner yang segar, bersih, dan bergizi yang ditawarkan oleh Puding Agnes dan yang paling penting adalah memiliki tingkat keterbacaan yang baik.

2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan bentuk logo yang mudah dipahami tetapi tetap memberikan kesan *modern*, juga menampilkan tipografi yang dapat mewakili citra Puding Agnes yang mudah dibaca atau jelas keterbacaanya. Sehingga bisa menggambarkan keunggulan yang dimiliki Puding Agnes memalui pesan yang akan disampaikan kepada konsumen.

III.1.2 Strategi Kreatif

Dalam perancangan logo yang akan dilakukan supaya logo lebih menarik, memberikan kesan unik dan mendapat respon dari khalayak atau calon konsumen, maka perlu adanya suatu penyampaian pesan dari logo baru Puding Agnes, sehingga pesan yang akan disampaikan dari logo baru Puding Agnes bersifat informatif dan persuasif. Pesan bersifat informatif dan persuasif dalam hal ini adalah upaya menyampaikan informasi secara langsung kepada khalayak atau konsumen, fakta-fakta umum dan keunggulan-keunggulan dari Puding Agnes melalui logo baru Puding Agnes yang lebih mewakili citra dan bidang usaha dari Puding Agnes. Dan mampu membujuk dan mengajak khalayak atau konsumen untuk lebih mengenali produk dari Puding Agnes.

III.1.3 Strategi Media

1. Media Utama
   a. Logo
2. Media Pendukung
   a. Alat tulis kantor *(stationery kit)*

- Kop surat

Kertas yang berfungsi menyampaikan perihal penting terhadap pihak yang terkait dengan cafe dan toko maupun perihal-perihal kepentingan perusahaan.

- Amplop

Amplop difungsikan untuk kepentingan surat menyurat yang bersifat formal.

- Stempel Warna

Stempel merupakan alat yang sangat membantu sekali untuk melakukan pengesahan suatu data,catatan, berkas, atau surat keterangan resmi.

- Memo

Sebagai alat untuk catat – mencatat dan juga mencatat pesanan puding.

- Kartu nama

Sebagai tanda pengenal perusahaan.

b. Kemasan

Kemasan yang digunakan adalah cup plastik yang berfungsi :

- Mewadahi produk selama distribusi dari produsen hingga kekonsumen, agar produk tidak tercecer, terutama untuk cairan.
- Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
- Sebagai identitas produk.

c. Poster

Media poster digunakan sebagai media promosi yang ditempatkan ditempat-tempat yang mudah dilihat oleh konsumen.

d. *X-Banner*

X-Banner digunakan sebagai media promosi yang di tempatkan di depan toko dan *event-event*.

e. *Gimmick*

Gimmick merupakan media yang digunakan sebagai aksesoris setiap orang sehingga secara tidak langsung media tersebut akan mengingatkan konsumen pada Puding Agnes, seperti:

- Mug
- Jam
- Stiker

III.2 Konsep Visual

Dalam konsep visual akan menampilkan bentuk logo yang mudah dipahami tetapi tetap meberikan kesan *modern* sebagai tujuan agar logo Puding Agnes mampu mencerminkan dan mengkomunikasikan keberadaan dan tujuan dari Puding Agnes. Dengan maksud membawa Puding Agnes ke arah yang lebih baik, lebih maju, dan lebih dikenal oleh konsumen dengan bentuk visual logo yang mudah dipahami, menarik, dengan citra yang tepat dan kuat dipikiran masyarakat.

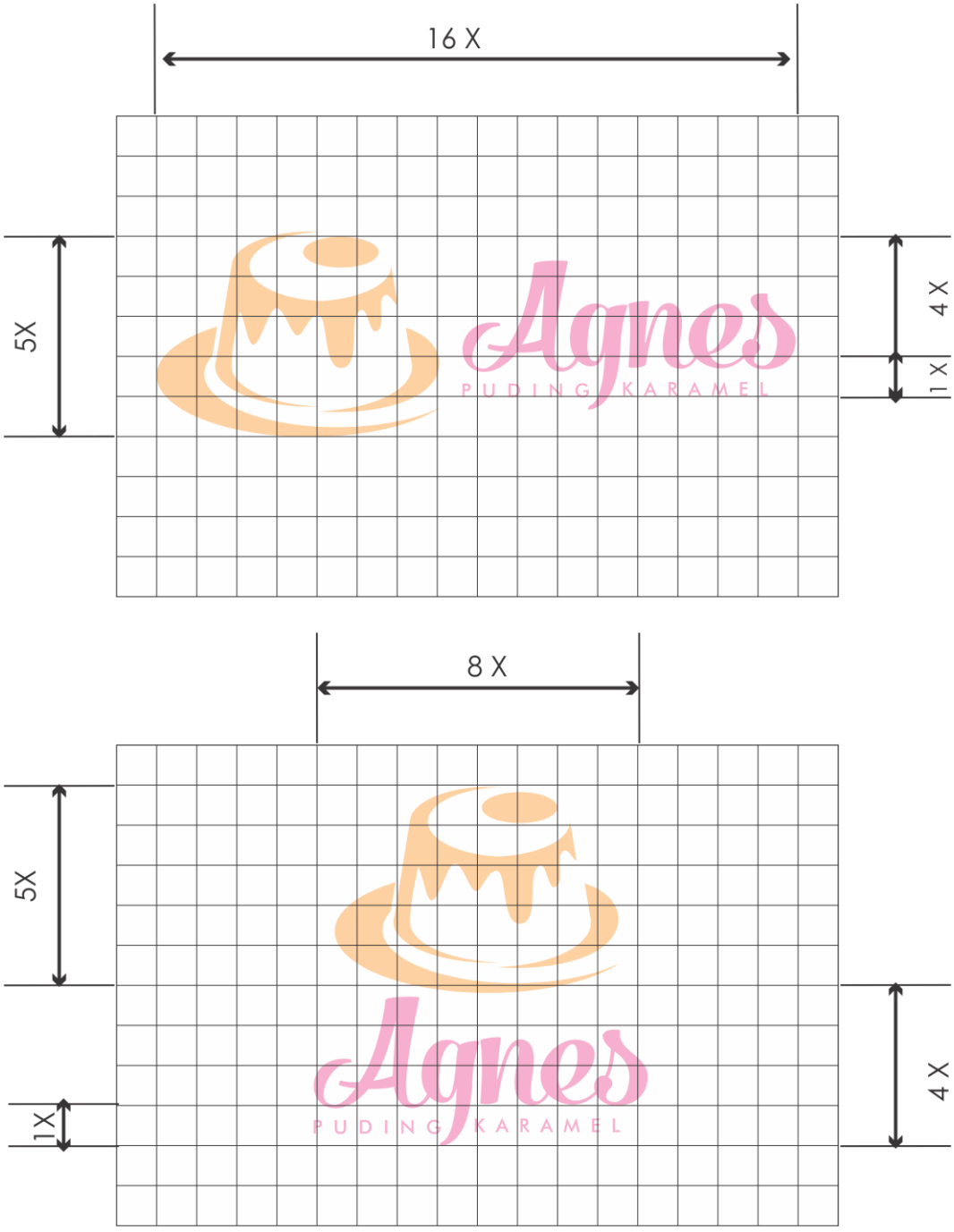
Membuat Citra, Filosofi, Produk, Visi dan Misi

1. Bentuk utama yang berbentuk puding ditambah dengan variasi perpotongan garis yang memberi kesan *modern*.
2. Lelehan susu yang seolah mencair dari atas puding membuat konsumen semakin tergiur.
3. Bentuk telur yang membuat logo dari Puding Agnes menjadi terlihat elegan.
4. Warna, warna-warna yang digunakan dalam logo Puding Agnes melambangkan warna-warna yang mewakili produk dari Puding Agnes.
5. Jenis huruf yang digunakan dalam logo adalah Salamandar Script dan Futura Bk BT.

III.2.1 Format Desain

1. *Grid System*

Konsistensi ukuran logo akan membantu Puding Agnes dalam menjaga identitas dari produknya. Berikut adalah grid system logo Puding Agnes yang telah dibuat untuk menjaga konsistensi logo. Dilihat secara teknis, grid system diperlukan untuk skala dan ukuran logo Puding Agnes harus mengikuti panduan *grid system* yang ada.



Ket:

X= 1 Unit

Gambar III.1. *Grid System* logo Puding Agnes

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)

1. Ukuran Logo

Ukuran logo ditentukan untuk menjaga tingkat keterbacaan logo pada saat pengaplikasian logo pada media-media apparel dengan ukuran kecil. Untuk logo PudingAgnes ukuran minimal logo adalah 4 cm, karena saat ukurannya kurang dari 4 cm maka logo akan sulit dibaca.

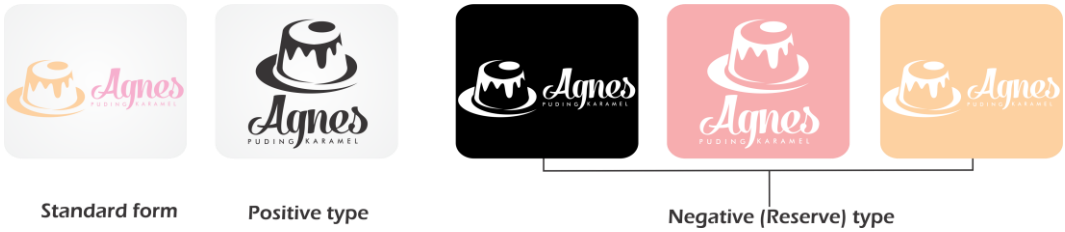


Gambar III.2. Ukuran Logo Puding Agnes

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)

2. Positif dan Negatif

Variasi warna logo akan dibutuhkan untuk penerapan pada media-media stationery dan media lainnya. Dan komposisi warna hanya dapat digunakan dengan komposisi sesuai dengan apa yang digambarkan, tidak boleh mengganti komposisi warna tersebut.



Gambar III.3. Positif dan Negatif Logo Puding Agnes

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)

III.2.2 Tata Letak

a. Logo harus disajikan secara utuh, kalaupun ada hanya digunakan pada media aplikasi dengan ketentuan yang sudah ditentukan.

b. Logo Puding Agnes yang baru harus diaplikasikan pada dasar yang terang contohnya putih, abu muda, dan lain-lain.



Gambar III.4. Layout Logo Puding Agnes

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)

III.2.3 Tipografi

Penggunaan unsur tipografi yang tepat akan sangat membantu dalam membuat desain yang tepat dan mudah diterima, sesuai dengan tujuan desain yang dibutuhkan. Pemilihan jenis font yang digunakan adalah Salamandar Script dan Futura Bk BT karena font tersebut mengandung nilai *modern*, mendukung dan memberikan nilai tambah bagi visual logo.

Tipografi yang digunakan adalah :

Pada tulisan Agnes menggunakan huruf Salamander Script dan pada tulisan Puding Karamel menggunakan huruf Futura Bk BT :





III.2.4 Ilustrasi

1. Bentuk :

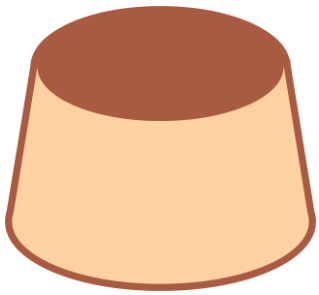
Bentuk logo yang digunakan pada dasarnya adalah sebuah bentuk dari puding tersebut, yang dimana terlihat ada kesan susu yang meleleh dan juga terlihat diatasnya sebuah telur yang di letakan disebuah pisin.

2. Unsur Pembentuk :

Berdasarkan unsur pembentuknya, logo Puding Agnes berbentuk perpotongan.

Potongan tersebut memiliki unsur – unsur yang terdiri dari :

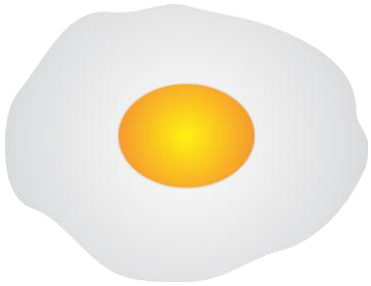
- Sebuah puding itu sendiri yang dimana logo tersebut terlihat seperti puding.



Gambar III.5. Puding

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)

- Tampak atas akan terlihat seperti kuning telur, yang mana digambarkan dalam logo tersebut berada di atasnya.



Gambar III.6. Telur

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)

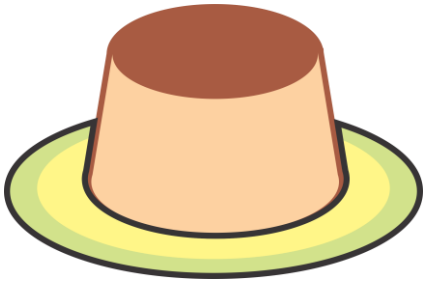
- Lalu lelehan dari susu, yang terlihat menggiurkan bila disantap.



Gambar III.7. Lelehan Susu

Sumber: Dokumen Pribadi (2013

- Puding tersebut terletak pada sebuah pisin.



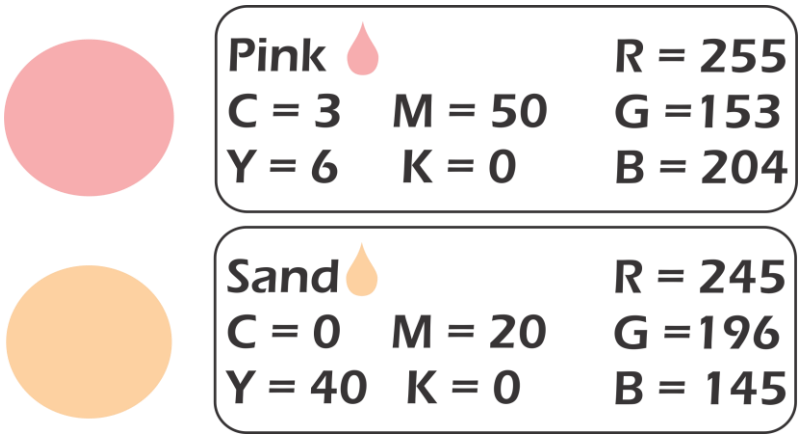
Gambar III.8. Tatakan puding

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)

III.2.5 Warna

Dalam Perancangan ulang logo Puding Agnes menggunakan color mode CMYK karena percetakan *(cetak offse)* warna yang digunakan adalah CMYK dan dalam percetakan hanya terdapat empat warna pokok yang dikenal dengan sebutan CMYK *(Cyan, Magenta, Yellow, Black).* Adapun Warna yang dipilih untuk membantu memperkuat pesan dan kesan yang ingin disampaikan oleh Puding Agnes.

1. *Black* adalah warna yang elegan, dapat diterapkan di semua warna yang kontras.
2. *Ruby red* melambangkan untuk memikat konsumen guna menikmati puding dari Puding Agnes.
3. *Pink* melambangkan kelembutan dari puding tersebut.
4. *Sand* melambangkan keanggunan yang di perlihatkan oleh puding tersebut.



Gambar III.9 Warna

Sumber: Dokumen Pribadi (2013)