BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

Dalam melakukan suatu pemecahan masalah, dibutuhkan suatu tahapan strategi dan konsep yang tepat agar solusi yang nantinya diciptakan dapat terealisasikan dengan baik.

III.1. Segmentasi

1. **Demografis**

   Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
   Umur : 17 tahun keatas
   Status Ekonomi Sosial : Menengah kebawah
   Kewarganegaraan : Indonesia

2. **Psikografis**

   Masyarakat Bandung yang menyukai kegiatan kuliner dan mengerti perkembangan *cake* dan *pastry*.

3. **Geografis**

   Secara geografis dikarenakan penelitian hanya difokuskan pada Foker Cake yang terletak di Jln. Foker Utara 4 no.346 Komplek Melong *Green Garden* Cimahi Selatan - Bandung, maka sasaran dari penyampaian media promosi ini adalah masyarakat yang berada di kota Bandung.

III.2. Strategi Perancangan

III.2.1. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan promosi Foker Cake adalah agar pesan yang ingin disampaikan pada masyarakat di Bandung dapat diterima dengan baik. Pendekatan komunikasi yang dilakukan pada promosi Foker Cake ini yaitu bersifat menginformasikan. Dimana strategi yang

dilakukan untuk menyatakan lokasi Foker Cake yang dapat dijangkau dengan mudah karena berada ditempat strategis, juga fasilitas dan keunggulan yang ditawarkan Foker Cake guna menarik minat pelanggan baru untuk datang dan berbelanja.

III.2.1.1. Pendekatan Secara Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan promosi Foker Cake dengan menampilkan *tagline*, *headline*, *sub headline*, *bodycopy* dan beberapa kata pendukung dengan menggunakan Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris formal juga informal. Ini dikarenakan target sasaran dari perancangan promosi Foker Cake ditujukan kepada masyarakat di Bandung pada perayaan Natal.

III.2.1.2. Pendekatan Secara Visual

Strategi pendekatan visual pada media promosi Foker Cake ini diilustrasikan menggunakan vektor, dimana akan menampilkan foto lokasi Foker Cake, fasilitas yang dimiliki, juga ilustrasi keadaan didalam toko ketika pegawai Foker Cake dengan ramah sedang berinteraksi dengan pelanggan. Unsur vektor lainnya akan ditambahkan pada gambar latar belakang dan unsur-unsur penambah lainnya yang mendukung dari keseluruhan tema perancangan media promosi Foker Cake ini.

III.2.2. Strategi Kreatif

Agar promosi mencapai tujuan yang diharapakan maka promosi yang dilakukan harus efektif dan tepat pada sasaran target konsumennya. Dengan menggunakan strategi kreatif yang tepat, promosi yang dihadirkan dapat mengalahkan kerumunan promosi-promosi lainnya dan menarik perhatian target audiens yang sudah ditentukan.

Pencarian gagasan visual berawal dari pemahaman dan pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens yaitu masyarakat di Bandung pada perayaan Natal. Berawal dari pesan apa yang harus disampaikan yaitu: Foker Cake sebagai produsen kue di Bandung dengan fasilitas dan keunggulan yang ditawarkannya, ingin dikenal oleh masyarakat Bandung agar dapat menjadi pelanggan baru bagi Foker Cake. Elemen ilustrasi maupun font penulisan yang ditampilkan harus dapat memotivasi target audiens untuk tertarik melihat promosi Foker Cake yang akan dihadirkan.

III.2.3. Strategi Media

Setelah merancang strategi komunikasi dan strategi kreatif maka yang dibutuhkan selanjutnya adalah bagaimana merancang strategi media promosi itu sendiri. Karena dalam menyampaikan suatu pesan untuk target audien dibutuhkan sebuah media. Berikut ini pemilihan media utama dan pendukung:

III.2.3.1. Media Utama

Adapun media utama yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Foker Cake ini adalah poster. Poster merupakan media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan yang singkat, padat, dan impresif karena ukurannya yang relatif standar. Poster yang dimaksud adalah karya poster yang dibuat dengan menggunakan program grafis pada komputer.

Poster cetak merupakan poster yang di desain menggunakan program grafis pada komputer lalu kemudian melalui proses percetakan untuk diproduksi lalu didistribusikan. Poster cetak memiliki kemampuan untuk tampil lebih terbuka karena dapat ditempatkan di tempat-tempat yang ramai dan dikunjungi banyak orang.

III.2.3.2. Media Pendukung

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

1. ***Flyer,*** sebuah selebaran atau *flyer*, juga disebut surat edaran, atau *leaflet*, merupakan bentuk iklan kertas ditujukan untuk distribusi yang luas dan biasanya dipasang atau didistribusikan di tempat umum.
2. **Stiker,** merupakan media pendukung yang dapat ditempelkan pada suatu tempat, bentuk dan gambar stiker yang menarik dapat meningkatkan promosi produk, promosi *event*.
3. **Brosur,** brosur atau *pamflet* umumnya dicetak pada kedua sisi, dan dilipat dengan pola lipatan tertentu hingga membentuk sejumlah panel yang terpisah. *Pamflet* yang hanya terdiri dari satu lembar atau halaman sering disebut selebaran (bahasa Inggris: *leaflet*, *flier*, atau *flyer*). Selain itu, brosur yang memuat informasi tentang produk disebut juga sebagai katalog produk atau sering hanya disebut katalog.
4. **Kaos,** dibuat untuk melengkapi promo spesial hari Natal.
5. **Mug,** Merupakan suatu jenis wadah tempat minum yang pada umumnya dipergunakan untuk menyajikan minuman hangat seperti teh, kopi, susu maupun coklat panas. Menurut definisinya, mug merupakan wadah minuman (cangkir) yang dapat menampung volume minuman lebih banyak dibandingkan dengan jenis cangkir yang lain.
6. **Pin,** Perangkat yang digunakan untuk mengikat benda atau bahan bersama-sama. Pins sering memiliki dua komponen: tubuh panjang dan ujung yang tajam terbuat dari baja, atau kadang-kadang tembaga atau kuningan, dan kepala yang lebih besar sering dibuat dari plastik. Tubuh diasah menembus materi, sedangkan kepala yang lebih besar menyediakan permukaan mengemudi. Hal ini dibentuk dengan menggambar sebuah kawat tipis, mengasah ujung, dan menambahkan kepala. Kuku yang terkait, tetapi biasanya lebih besar. Dalam mesin dan

teknik, pin yang biasanya digunakan sebagai pivot, engsel, poros, jig, dan perlengkapan untuk mencari atau memegang bagian.

7. **X-Banner,** media yang digunakan sebagai informasi promosi dan hadiah Foker Cake. Media ini akan ditempatkan pada pintu masuk di seluruh cabang Foker Cake di kota Bandung.

III.3. Strategi Distribusi

MEDIA	OKTOBER				NOVEMBER				DESEMBER			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster												
Pin												
Flyer												
Stiker												
Brosur												
Mug												
Kaos												
X-Banner												

Tabel III.1. Strategi Distribusi

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.4. Tipografi

Font yang digunakan adalah jenis font yang mengandung unsur musim dingin, font jenis ini memiliki kesan modern dan elegan, sangat cocok untuk tema musim dingin dan font jenis musim dingin ini untuk menegaskan informasi yang disampaikan. Font yang digunakan antara lain :

1. ***Icy Sticks***

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
א אּ א $א א א א ()א +א א א :"א א ?א א א ;',./

2. ***Snowtop caps***

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

~!@#$%^&*()_+{}|:"<>?[]\;',./

3. ***Winterflakes***

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

~!@#$%^&*()_+{}|:"<>?[]\;',./ 45

III.5. Warna

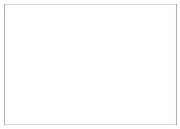
Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan.

• Biru Muda

C: 88	R: 0
M: 53	G: 113
Y: 0	B:188
K: 0	

Warna biru muda dipakai untuk mewakili dari musim dingin itu sendiri, dari butiran salju yang turun.

• **Putih**



C: 0 R: 255

M: 0 G: 255

Y: 0 B: 255

K: 0

Pemakaian warna putih diambil dari warna salju untuk menunjukkan sedang musim dingin.

• **Biru Tua**



C: 99 R: 46

M: 96 G: 49

Y: 3 B: 146

K: 0

Pemakaian warna biru tua dipakai untuk menunjukkan butiran salju yang turun dan sedang mencair.

• **Hijau**



C: 86 R: 0

M: 17 G: 146

Y: 100 B: 69

K: 3

Warna hijau dipakai sebagai warna dari pohon natal tersebut.