BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3. 1 STRATEGI PERANCANGAN

3. 1. 1 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi pada dasarnya merupakan suatu perancangan (planning) dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai dalam sebuah logo. Pendekatan komunikasi dalam pembuatan konsep perancangan identitas visual Bandung SHFL dengan memberikan gaya baru dan informasi interaktif kedalam media pendukung.

Dalam pembuatan identitas visual, cara berkomunikasi harus diperhatikan baik dari sisi budaya, maupun dari sisi konsumen dan budaya berkomunikasi di lingkungan sekitar. Apabila hal ini tidak diperhatikan, yang terjadi adalah kegagalan dalam menyampaikan pesan dalam identitas visual.

Perancangan ini dikembangkan dengan cara menampilkan visualisasi dari perancangan identitas BANDUNG SHFL pada logo, yang bertujuan untuk memajukan citra yang kuat dan melekat di masyarakat atau target sasaran.

3. 1. 1. 1. Pendekatan Visual

Komunikasi visual disampaikan melalui desain identitas logo BANDUNG SHFL yang akan dirancang melalui sebuah desain yang dapat mewakili semua pesan utama secara singkat padat dan dapat dimengerti oleh target sasaran. Dengan menggunakan unsur visual grafis seperti logo dan elemen visual lainnya seperti garis, warna, dan tipografi agar desain terlihat lebih menarik dan digunakan sebagai gambaran pesan yang terbaca agar dapat mencirikan karakter dari BANDUNG SHFL sehingga pesan tersebut dapat terlihat selaras.

3. 1. 1. 2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan dengan cara mengkomunikasikan dengan adanya slogan atau *tag lines* tentang keunggulan BANDUNG SHFL.

3. 1. 2 Strategi Kreatif

Untuk perancangan identitas visual BANDUNG SHFL diperlukan pemahaman pada permasalahan yang ada. Untuk bisa memecahkan masalah maka strategi yang digunakan antara lain :

- Menggunakan identitas visual Logo dan Tagline dari BANDUNG SHFL pada setiap media pendukung untuk membuat identitas visual tersebut konsisten.
- Menampilkan ciri khas karakter dari BANDUNG SHFL.
- Informasi diterapkan seperti alamat website dan sosial media agar mudah diingat oleh konsumen.
- Logo dapat mengikuti perubahan dalam perkembangan jaman.
- Logo yang di hasilkan original dan unik.

3. 1. 3 Strategi Media

Identitas visual BANDUNG SHFL akan dikemas kedalam sebuah logo. Aplikasi logo ini disusun pada beberapa media pendukung. Adapun beberapa media pendukung yang merupakan hasil penerapan logo kedalam beberapa media, diantaranya :

1. Media Utama
- *Manual Book*
2. Media Pendukung
- X-banner

  X-Banner ini berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi Bandung SHFL. X-banner ini diletakkan ketika Bandung SHFL sedang mengikuti Event agar orang-orang yang datang tertarik dan dapat mengetahui Bandung SHFL dengan adanya X-banner tersebut. Desain X-

banner di buat semenarik mungkin agar orang tertarik dan mendatangi tempat tersebut.

- Poster

  Poster adalah sebuah media yang berfungsi untuk memberi informasi tentang acara yang dibuat atau di ikuti oleh Bandung SHFL dengan menampilkan logo Bandung SHFL di dalam poster tersebut. Poster ini akan di sebarkan dengan cara di tempel di tembok atau di tempat-tempat umum agar mudah dilihat oleh orang-orang yang melewati tempat tersebut.

- Flyer

  Flyer adalah sebuah media yang berfungsi untuk memberi informasi tentang acara yang dibuat atau di ikuti oleh Bandung SHFL dengan menampilkan logo Bandung SHFL di dalam flyer tersebut. Flyer ini akan di sebarkan kepada orang-orang.

- T-Shirt

  T-shirt ini berfungsi sebagai merchandise untuk Bandung SHFL. T-shirt ini akan di pakai oleh para anggota Bandung SHFL, selain itu T-shirt ini berfungsi sebagai media informasi dengan adanya Identitas Visual dari Bandung SHFL yaitu berupa logo yang di aplikasikan pada desain T-Shirt sehingga jika ada anggota yang memakai kaos ini maka orang lain yang melihatnya akan mengetahui Bandung SHFL.

- Pin

  Pin ini berfungsi sebagai merchandise untuk Bandung SHFL. Pin ini akan di pakai oleh para anggota Bandung SHFL, selain itu Pin ini berfungsi sebagai media informasi dengan adanya Identitas Visual dari Bandung SHFL yaitu berupa logo yang di aplikasikan pada desain Pin sehingga jika ada anggota yang memakai Pin ini maka orang lain yang melihatnya akan mengetahui Bandung SHFL.

- *Sticker*

  Stiker dibuat sebagai media penunjang yang akan di bagikan kepada publik dan bisa juga di tempel di tempat dimana orang-orang dapat melihat stiker tersebut seperti di Pintu, Motor, Kaca Mobil, dll.

3. 2 KONSEP VISUAL

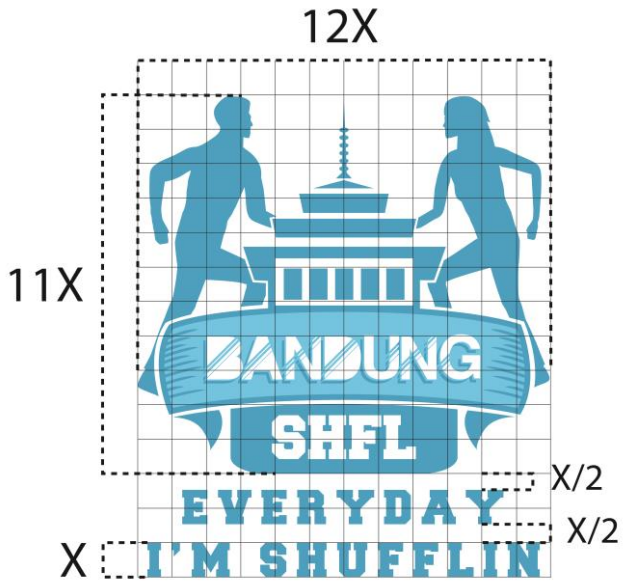
Konsep visual merupakan suatu konsep yang muncul dari ide yang kemudian diolah kedalam bahasa visual. Konsep visual terdiri dari beberapa unsur yang terdapat pesan didalamnya. Konsep visual yang terdapat pada sebuah desain merupakan upaya untuk memperkuat kemampuan komunikasi dari pesan yang ingin disampaikan. Penentuan dan penetapan gaya visual merupakan hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan tata letak atau layout dan unsur visual lainnya, hal ini dilakukan untuk memberikan kesan tertentu dengan maksud menampilkan unsur visual yang berkaitan dengan objek permasalahan pada perancangan identitas visual Bandung SHFL. Dikarenakan target yang dituju menerima informasi secara pasif dan cepat lupa, unsur visual harus lebih diperhatikan, diantaranya yaitu suatu tampilan yang menarik dan dapat melekat pada ingatan konsumen yang menggambarkan citra dan kesan dari identitas visual BANDUNG SHFL.

3. 2. 1 Format Desain

- *Grid System*

Menjaga integritas Logo Bandung SHFL agar bentuk dan ruang seimbang dan memiliki ruang yang konsisten di setiap lengkungan, sehingga membuat logo tetap terlihat dalam keadaan kecil maupun dalam keadaan besar dan dapat mempermudah produksi logo agar fix bentuknya dan dapat di aplikasikan ke dalam berbaga media cetak.

Zona yang Kosong diciptakan untuk memastikan logo selalu menonjol dan tampak jelas. Ruangan kosong di ukur dengan ukuran huruf ‘B’. Lebih banyak ruangan kosong di sekitar logo, akan lebih menonjol pula penampilannya dibandingkan elemen gambar atau grafik lainnya.



Gambar III.1. Sistem Grida

Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

- Ukuran Logo

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



Gambar III.2. Ukuran Logo

Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

- Positif dan Negatif

Berikut adalah logo Bandung SHFL menggunakan warna positif dan negatif. Untuk aturan logo yang diaplikasikan pada background yang berwarna putih maka logo akan berwarna hitam, begitu juga dengan sebaliknya jika background berwarna hitam maka logo akan berwarna putih.



Gambar III.3. Ki: Positif. Ka: Negatif
Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

3. 2. 2 Tata Letak

Logo harus disajikan secara utuh, kalaupun ada hanya digunakan pada media aplikasi dengan ketentuan yang sudah ditentukan. Berikut adalah posisi logo yang tidak diperkenankan pada aplikasi media apapun.



Gambar III.4. Tata Letak Logo
Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

3. 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 Disco Night dan Freshman karena font tersebut mengandung nilai modern, mendukung dan memberikan nilai tambah bagi visual logo.

Tipografi yang digunakan adalah :

Pada tulisan BANDUNG menggunakan huruf Disco Night dan pada tulisan HARD FOR LIVE menggunakan huruf Freshman.



Gambar III.5. Disco Night
Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

Font pada tulisan “BANDUNG” menggunakan font Disco Night. Font ini termasuk kedalam font yang mempunyai gaya modern dan sedikit terdapat sentuhan seperti pantulan cahaya pada font yang melambangkan bahwa Bandung SHFL adalah komunitas yang bergerak di bidang *dance.*



Gambar III.6. Freshman
Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

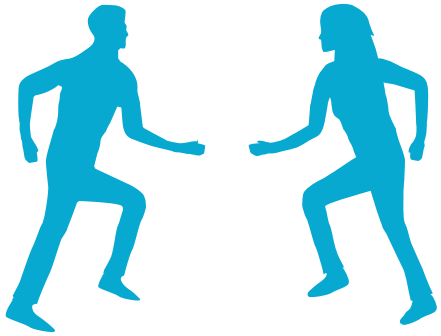
Font pada tulisan “SHFL” dan tagline pada logo menggunakan font Freshman. Font ini adalah termasuk kedalam gaya *old school* yang mencirikan jika didalam Bandung SHFL terdapat para remaja yang masih sekolah atau kuliah.

3. 2. 4 Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan pada konsep logo BANDUNG SHFL yaitu bersifat sederhana agar mudah dimengerti, mudah dibaca, dan mudah diingat oleh semua orang. Konsep logo BANDUNG SHFL mengilustrasikan seseorang yang sedang menari *Shuffle Dance* dan sebuah icon Kota Bandung yaitu Gedung Sate.

- *Running Man*

  Ilustrasi yang dipakai dalam logo Bandung SHFL salah satunya terdapat sebuah icon yang dapat mewakili gerakan dari *Shuffle Dance* yaitu seorang laki-laki dan perempuan yang sedang bersamaan melakukan gerakan *Running Man.* Hal ini memberikan arti bahwa didalam Bandung SHFL terdapat anggota laki-laki dan perempuan yang dapat melakukan *Shuffle Dance* bersama-sama tanpa adanya perbedaan.



Gambar III.7. Gerakan *Running Man* dalam *Shuffle Dance.*
Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

- Gedung Sate

  Salah satu Ilustrasi yang dipakai dalam logo Bandung SHFL adalah sebuah icon dari Kota Bandung yaitu Gedung Sate. Gedung Sate adalah icon terkuat yang dapat mencirikan Kota Bandung. Dengan mengambil bagian atas dari Gedung Sate agar visual terlihat jadi lebih sederhana. Hal ini memberikan arti bahwa Bandung SHFL adalah sebuah komunitas *Shuffle Dance* yang berasal dari Kota Bandung.



Gambar III.8. Icon Kota Bandung.

Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

3. 2. 5 Warna

Dalam Perancangan logo Bandung SHFL menggunakan color mode CMYK karena percetakan (cetak offset) 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 Bandung SHFL.



Gambar III.9. Warna.

Sumber : Dokumen Pribadi (2014)

Warna Biru Muda adalah termasuk warna yang cerah yang melambangkan Komunikasi, Enerjik, Semangat dari para anggota Bandung SHFL yang tergolong masih Remaja.