# BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

## III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan *visual branding* terhadap band Sundamaika yaitu menciptakan identitas visual yang memberikan citra dan kesan etnik sesuai gaya penampilan personil band Sundamaika dan instrumen musik sunda yang terdapat dalam musik band Sundamaika, tapi tetap memperlihatkan identitas musik reggae yang diwakili oleh warna identitas reggae yaitu merah, kuning, hijau, kemudian identitas visual yang dirancang menyesuaikan dengan perkembangan logo band *indie* reggae saat ini, menggunakan gaya desain vektor, dan didukung oleh elemen visual hasil *tracing* dari bitmap ke vektor foto masing-masing personil dari band Sundamaika.

### III.1.1 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan *visual branding* band Sundamaika, tujuan komunikasi sangatlah diperlukan karena diharapkan agar strategi komunikasi yang akan dilakukan tersebut mampu untuk tersampaikan dengan baik, jelas, dan tepat. Kemudian tujuan yang ingin dicapai dari perancangan *visual branding* band Sundamaika antara lain adalah diharapkan perubahan logo ini dapat memberikan energi baru yang positif bagi perkembangan band Sundamaika, serta memberikan citra dan kesan yang kuat kepada masyarakat khususnya para penggemar musik reggae.

### III.1.2 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Verbal

Menggunakan tipografi dengan jenis huruf *miscellaneous* yang memiliki bentuk dekoratif dan ornamental yang berkesan *ethnic*/tradisional, tetapi tetap mengutamakan mudah dibaca atau jelas keterbacaannya.

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang dilakukan yaitu menggunakan jenis logo *combination mark*, yaitu logo yang menggunakan gambar/simbol sebagai unsur utamanya dan menggunakan teks sebagai unsur pendukungnya. Tampilan logo yang dibuat menggambarkan kesan modern dan dinamis yang terdiri dari elemen garis-garis

lengkung. Menggunakan gaya visual *dot fuzz*, yaitu gaya visual yang menampilkan pola garis yang menjadikannya sebagai bagian dari karakter logo. Ilustrasi juga digunakan sebagai elemen pendukung logo utama untuk membuat lebih menarik. Warna yang digunakan adalah warna-warna dari identitas reggae yaitu merah, kuning, hijau, agar mudah dan langsung dikenali bahwa logo tersebut adalah logo sebuah band reggae.

### III.1.3 Materi Pesan

Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan *visual branding* band sundamaika adalah memperkenalkan lebih jauh kepada khalayak penggemar atau penikmat musik *indie* reggae di kota Bandung mengenai band Sundamaika dengan citra dan kesan baru yang kuat dan tegas yaitu band *indie* reggae yang etnik dan berbeda karena terdapat unsur musik tradisional, diperkuat dengan gaya penampilan personil dengan menggunakan gaya busana tradisional sunda saat tampil langsung dihadapan penggemar musik reggae.

### III.1.4 Khalayak Sasaran

1. Targer Market

- Geografis

Masyarakat yang berada dikota Bandung khususnya, iklim tropis, keanekaragaman suku bangsa dan agama.

- Demografis

- Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 15-35 tahun
- Pekerjaan : Semua kalangan pekerjaan
- Status ekonomi : Semua kalangan ekonomi

2. Target *Audience*

Target *audience* menurut psikografi meliputi :

- Senang bergaul,
- Suka mendengarkan musik reggae,
- Punya rasa ingin tahu,
- Mengikuti perkembangan musik *indie* reggae.

3. *Consumer Insight*

Pengertian *Consumer Insight* menurut Maulana (seperti dikutip Saputra, 2013) yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan.

Untuk perancangan *visual branding* band Sundamaika, audiens adalah masyarakat yang berumur 15-35 tahun dengan status semua kalangan ekonomi, dan semua kalangan pekerjaan. Audiens yang dituju adalah masyarakat yang senang bergaul, suka mendengarkan musik reggae, punya rasa ingin tahu, dan mengikuti perkembangan musik *indie* reggae.

4. *Consumer Journey*

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan, maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat, maka dari itu diperlukan daftar aktifitas dari target audiens. *Consumer journey* inilah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang telah dibentuk.

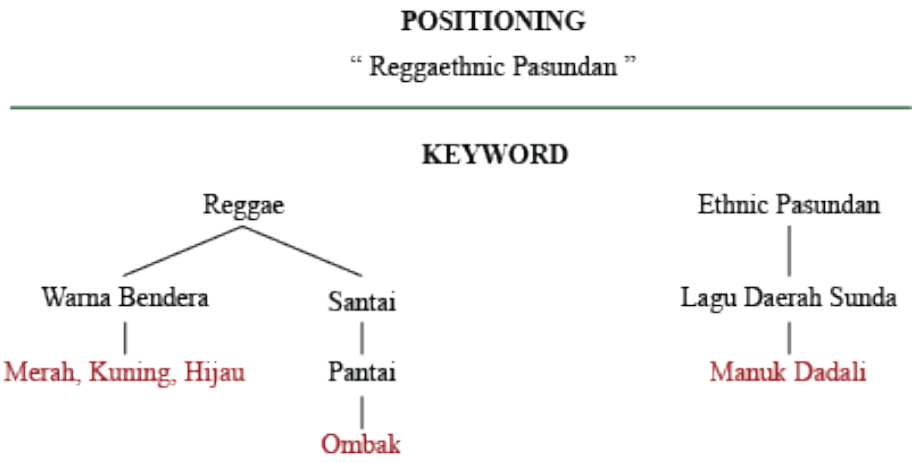
Tabel III.1 *Consumer Journey*

| **No** | **Waktu** | **Tempat** | **Kegiatan Lainnya** | ***Point of Contact*** |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Bangun Pagi | Kosan/Rumah | Nonton Tv, Mendengarkan Musik | Tv, Koran, Majalah, Ponsel, komputer |
| 2 | Berangkat kerja / kuliah | Jalan Raya | Mendengarkan Musik | Poster, Stiker, flyer |
| 3 | Kerja / Belajar | Kantor / Kelas | Bermain game, Sosial Media, Mendengarkan Musik | Ponsel, Komputer |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | Istirahat | Kantin | Sosial Media, Mendengarkan Musik | Ponsel, Stiker, poster, |
| 5 | Pulang Kerja / Kuliah | Jalan Raya | Mendengarkan Musik | Poster, Stiker, flyer |

### III.1.5 Strategi Kreatif

Untuk menghasilkan desain *visual branding* band Sundamaika yang baik secara konsep maupun desain, maka rancangan desain harus disesuaikan dengan karakter dan ciri khas band sundamaika dan menggunakan strategi kreatif yang tepat dan efektif. Pertama melakukan *mind mapping* dari *positioning* band Sundamaika yaitu reggaethnic pasundan. Dari *positioning* tersebut didapatkan *keyword* sebagai berikut :




Gambar III.1 *Mind Mapping*
Sumber pribadi
(25 Desember 2016)

Kemudian dilanjutkan dengan mencari *key visual* yang sesuai dengan *keyword* yang telah didapatkan. Dalam perancangan logo band Sundamaika, menggunakan jenis logo *combination mark* dengan gaya visual dot fuzz.




Gambar III.2 Logo *Combination Mark*
Sumber https://99designs-blog.imgix.net/wpcontent/uploads/2016/08/lacoste.png?auto=format&q=60&fit=max&w=930
(Diakses pada 25 Desember 2016)




Gambar III.3 Gaya Visual *Dot Fuzz*
Sumber https://prantisayekti.files.wordpress.com/2010/12/dot-fuzz-psd.jpg?w=640
(Diakses pada 25 Desember 2016)

Selanjutnya merancang tipografi nama band Sundamaika dengan menggunakan jenis huruf *miscellaneous,* yaitu huruf yang berasal dari bentuk-bentuk garis dekoratif dan ornamental yang berkesan *ethnic*/tradisional sesuai dengan karakter dan musik yang dibawakan oleh band Sundamaika yang terdapat unsur musik *ethnic* sunda.




Gambar III.4 Font *Carnivalee Freakshow*
Sumber: http://www.blissnmisc.com/wp-content/uploads/2011/02/FontCarnivaleeFreakshow.jpg
(Diakses pada 23 November 2016)

Kemudian warna yang digunakan adalah warna-warna identitas musik reggae, yaitu warna merah,kuning, hijau, agar mudah dikenali bahwa logo tersebut adalah logo sebuah band reggae.

### III.1.6 Strategi Media

*Visual Branding* band Sundamaika ini akan diaplikasikan ke dalam beberap media yang disesuaikan dengan kebutuhan, diantaranya yaitu:

- *Manual Book*

Penggunaan manual book ini sebagai media untuk menjelaskan perancangan *visual branding* band Sundamaika, di dalam *manual book* tersebut berisikan tentang penjelasan konsep perancangan logo, tipografi, penggunaan warna, dan *stationary*.

- Media Pendukung (*Stationary Kit*) dan *gimmick*

Media pendukung merupakan suatu media tambahan atau media yang dibuat sebagai media promosi agar lebih dikenal, maka media pendukungnya meliputi:

- Mini Album
- Poster
- Kartu nama
- Stiker
- Flyer
- Topi
- Pick Gitar
- *T-Shirt*

- Totbag
- Pin
- Gantungan Kunci
- Reverbnation
- Twitter
- Desain Mobil
- Toko *Merchandise*

### III.2 Konsep Visual

#### III.2.1. Referensi Visual

Dibawah ini merupakan beberapa referensi visual yang menjadikan patokan desain logo dari band Sundamaika yang dirancang, dari segi jenis logo dan gaya visual logo.



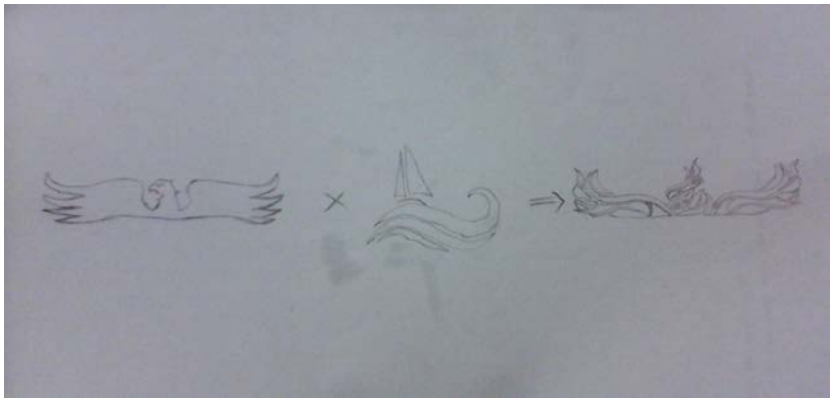

Gambar III.5 Logo Earthproject
Sumber : http://www.logoground.com/uploads/z4923750Phoenix-JPG.jpg
(Diakses pada 25 Desember 2016 )




Gambar III.6 Logo Star Wing
Sumber: crypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQLPy-MLj-saED6nnXKo_H72c haOvnDwY5BUsuLHLndN310M0ab
(23 November 2016)

### III.2.2 Perancangan Visual

Visual yang ditampilkan adalah visual manuk dadali (burung garuda, kemudian dikombinasikan dengan visual ombak.



Gambar III.7 Perancangan konsep visual logo band Sundamaika
Sumber Pribadi
(25 Desember 2016)

Kemudian perancangan konsep visual yang sudah didapatkan dari studi visual dalam bentuk sketsa, dibuat kedalam bentuk digital dengan menggunakan *software/*aplikasi komputer adobe ilustrator.

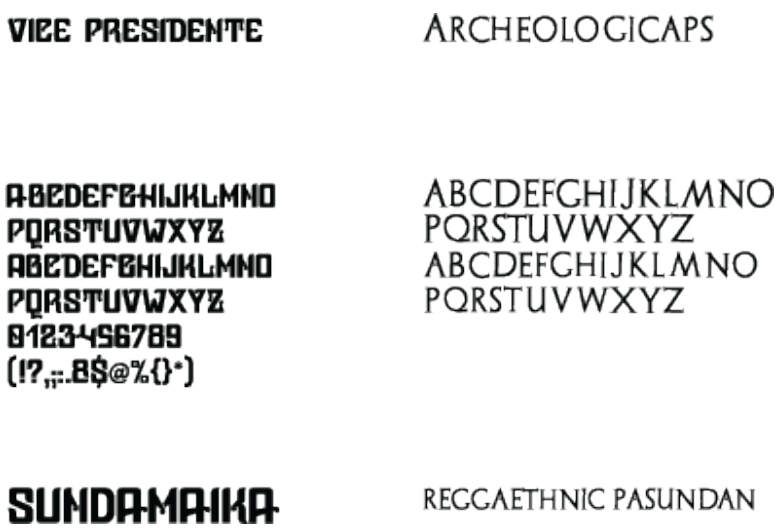


Gambar III.8 Digital logo band Sundamaika
Sumber Pribadi
(25 Desember 2016)

### III.2.3 Huruf

Huruf yang digunakan dapat memberikan kesan tertentu terhadap pesan dan informasi yang akan di sampaikan. Pemilihan jenis huruf dalam perancangan sebuah desain tentu akan memberikan sebuah kesan yang berbeda, setiap jenis huruf mempunyai peran serta fungsi yang tidak sama, tentunya dalam pemilihan font dalam perancangan *visual branding* band Sundamaika harus disesuaikan dengan karakter dan kesan yang akan dimunculkan sesuai strategi perancangan yang telah dibuat.

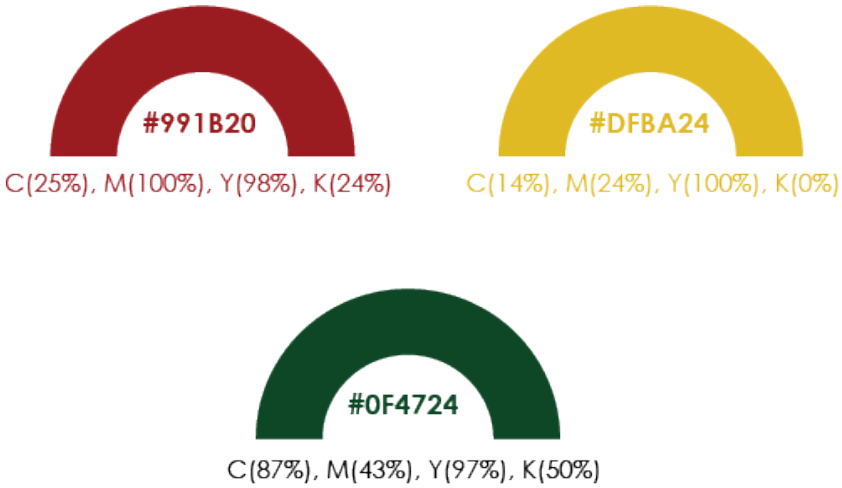
Pada *typography* nama band Sundamaika sebagai elemen pendukung logo utama menggunakan jenis *miscellaneous* yang memiliki bentuk dekoratif dan ornamental yang berkesan *ethnic*/tradisional, tetapi tetap mengutamakan mudah dibaca atau jelas keterbacaannya. Font yang digunakan adalah huruf *vice presidente*, kemudian untuk *tagline* menggunakan huruf *archeologicaps*.




Gambar III.9 Penggunaan jenis font untuk logo Band Sundamaika
Sumber Pribadi
(25 Desember 2016)

### III.2.4 Warna

Warna – warna yang digunakan dalam perancangan *visual branding* Sundamaika adalah warna-warna identitas dari reggae, yaitu merah, kuning, hijau, yang bertujuan agar memudahkan target audiens untuk mengidentifikasi logo tersebut adalah logo sebuah band reggae.



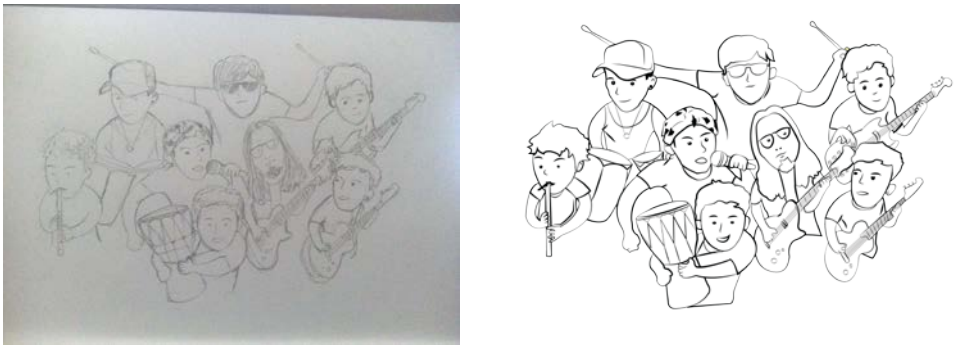

Gambar III.10 Penggunaan warna warna pada
Logo band Sundamaika
Sumber Pribadi
(25 Desember 2016)

### III.2.5 Ilustrasi

Adanya illustrasi dimaksudkan untuk memperjelas informasi atau pesan dan sekaligus sebagai alat untuk menarik perhatian pembaca. Objek visual yang digunakan harus berhubungan dengan karakter dan ciri khas band Sundamaika, yaitu ilustrasi personil band Sundamaika dan ilustrasi ombak, ilustrasi personil band Sundamaika digunakan untuk memberikan kesan bahwa logo tersebut adalah logo sebuah band reggae dan ilustrasi ornamen khas jawa barat yang dibuat memberikan kesan etnik yang menggambarkan budaya sunda.

Berikut ini adalah ilustrasi hasil dari *tracing* dari gambar bitmap menjadi gambar vektor :



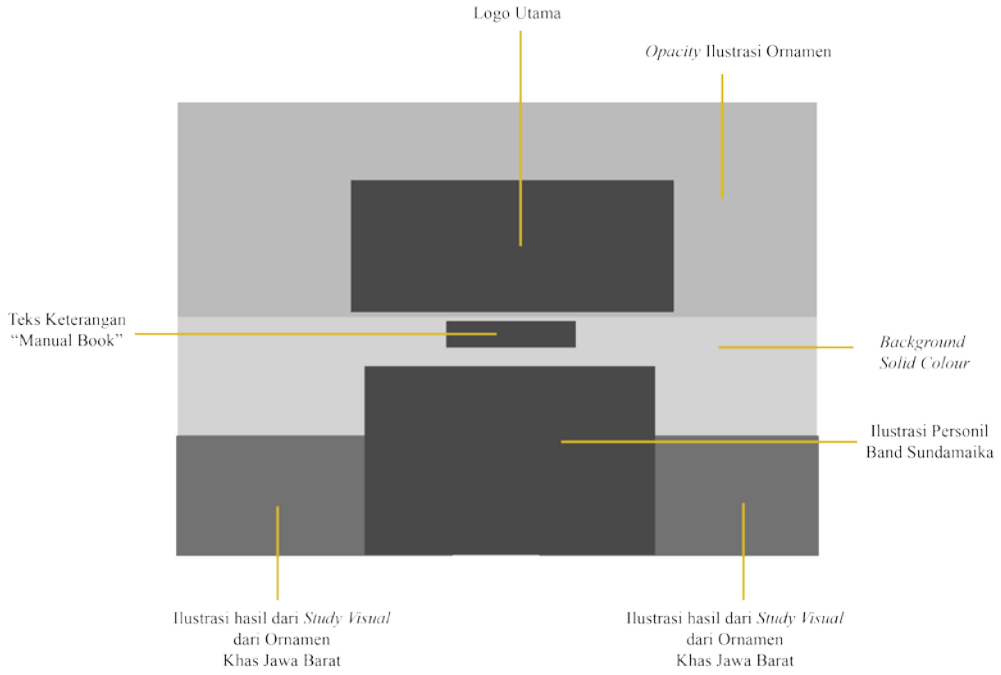
Gambar III.11 Hasil *tracing* personil band Sundamaika
dari gambar bitmap menjadi gambar vektor
Sumber Pribadi
(25 Desember 2016)



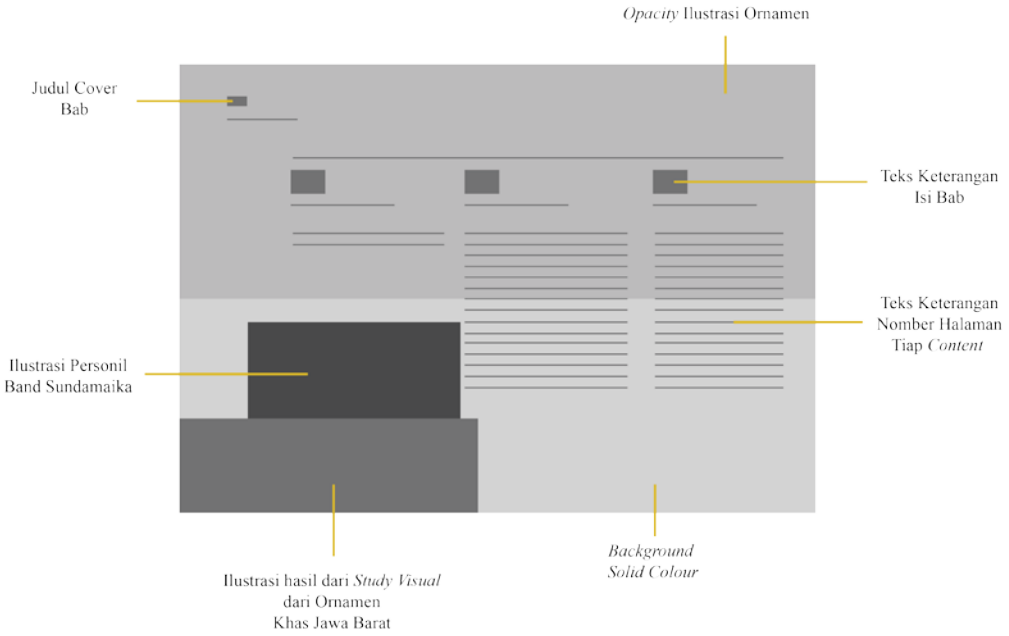
Gambar III.12 Hasil *study* visual ornamen khas dari jawa barat
Sumber Pribadi
(25 Desember 2016)

### III.2.6 Tata Letak/*Layout Manual Book*

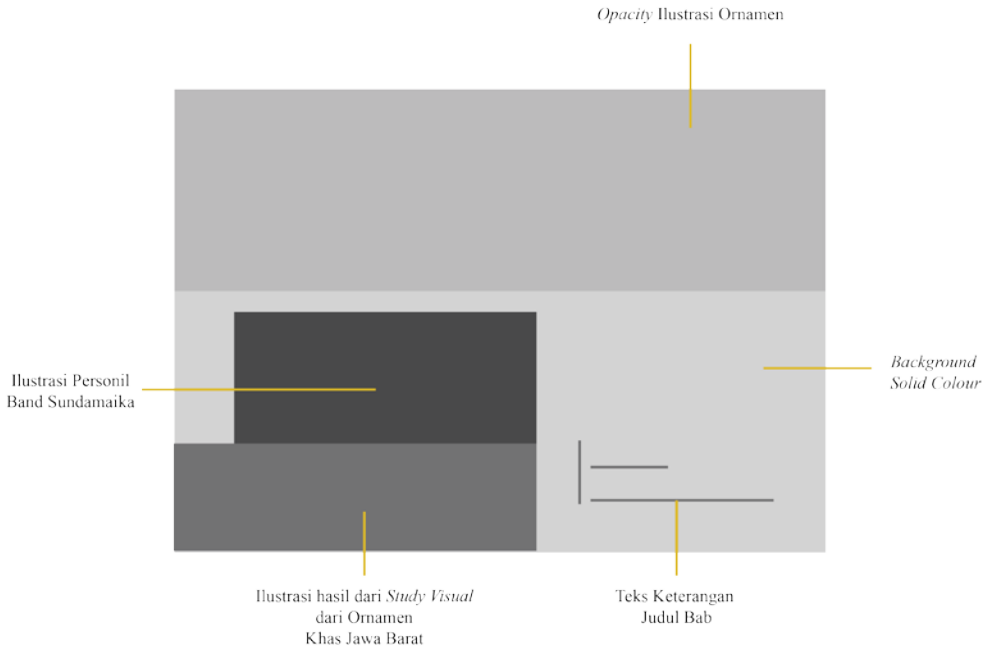
Layout atau tata letak adalah merangkai unsur-unsur tertentu (gambar, tulisan, warna dan unsur-unsur lainnya) menjadi susunan yang menarik sehingga mencapai tujuan. Penerapan elemen-elemen serta prinsip-prinsip dalam proses desain dengan maksud agar dapat menghasilkan suatu karya grafis yang menarik, enak dipandang, tampil menyolok dan memiliki kesan, secara keseluruhan dapat membentuk sebuah keserasian yaitu susunan berbagai macam bentuk, bangun warna, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu susunan komposisi yang utuh agar enak dipandang. *Manual book* dengan ukuran A3 (42 cm x 29,7 cm), halaman pertama adalah cover dari *manual book*, halaman kedua adalah daftar isi, kemudian terdapat halaman pembatas tiap bab, halaman ketiga dan selanjutnya adalah isi/*content*, halaman paling akhir adalah *back cover*.



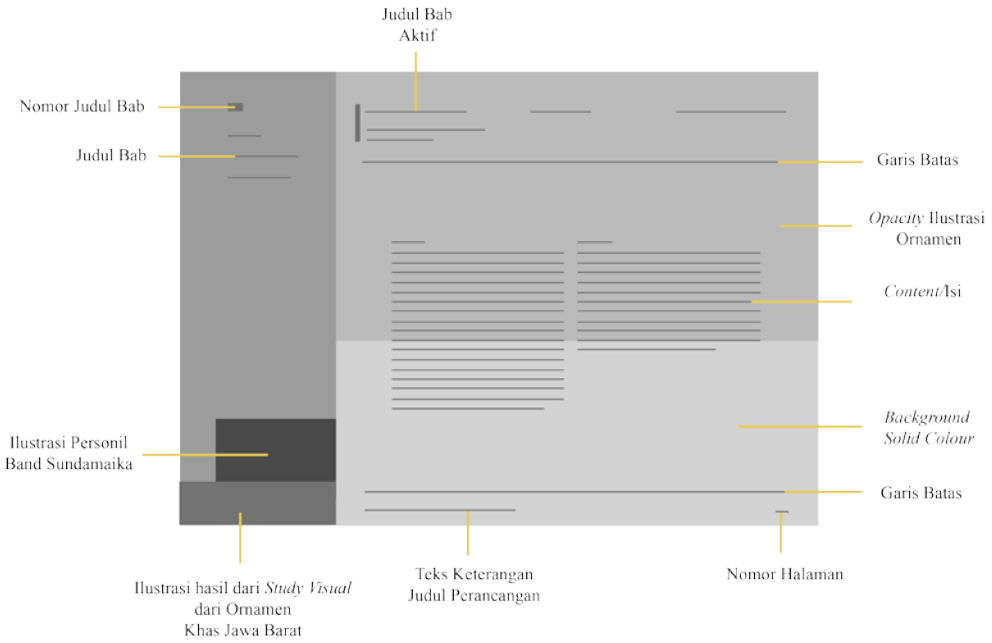

Gambar III.13 *Layout* cover *manual book*
Sumber Pribadi
(16 Febuari 2016)




Gambar III.14 *Layout* daftar isi *manual book*
Sumber Pribadi
(16 Febuari 2016)




Gambar III.15 *Layout* pembatas bab *manual book*
Sumber Pribadi
(16 Febuari 2016)




Gambar III.16 *Layout content*/isi *manual book*
Sumber Pribadi
(16 Febuari 2016)