BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran Perancangan

Perancangan identitas visual melalui kemasan produk abon sapi cap. Rajawali, dapat dikategorikan dalam tiga kategori. Berikut merupakan kategori-kategori yang membagi khalayak sasaran:

a. Demografis

   Untuk masyarakat kewarga negaraan Indonesia

   Usia 25-40 tahun, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, status ekonomi menengah ke atas.

b. Geografis

   Untuk masyarakat yang berada di wilayah Jawa Barat, Indonesia, dan tepatnya berada di daerah kota Ciamis.

c. Psikografis

   Untuk masyarakat pecinta kuliner Indonesia, orang yang menyukai santapan nikmat dan praktis, anak muda yang suka mengkonsumsi cemilan.

Khalayak sasaran yang telah disampaikan diatas merupakan hasil dari riset yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, khalayak sasaran diatas merupakan khalayak yang diutamakan.

III.2 Strategi Perancangan

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam perancangan ulang identitas visual abon sapi cap. Rajawali melalui kemasan ialah untuk mengenalkan kembali citra dari abon sapi cap. Rajawali sebagai sebuah produk abon sapi khas Ciamis serta menambahkan bahwa abon sapi cap. Rajawali memiliki konsistensi yang baik dalam pelayanannya kepada konsumen.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi akan dilakukan dengan dua cara, yaitu visual dan verbal, secara visual adalah *layout*, warna perancangan, lalu ilustrasi dengan deskripsinya. Dan secara verbal yang dimaksudkan berbentuk teks. Pendekatan komunikasi yang digunakan merupakan gaya pendekatan yang bersifat langsung, tegas, lugas dan fungsional.

a. Pendekatan Komunikasi Visual

   Pendekatan visual dalam perancangan identitas visual melalui studi media kemasan produk abon sapi cap. Rajawali ini mengacu pada pendekatan melalui perasaan dan pengalaman kenikmatan abon yang kental dengan rasa bawangnya dan daging yang lebih terasa akan didapatkan konsumen setelah mengkonsumsi dan mendapatkan pelayanan dari abon sapi cap. Rajawali, selain itu juga dalam perancangan identitas visual tidak lepas dari *icon* rajawali dari abon sapi cap Rajawali, dan tahun berdirinya abon sapi cap. Rajawali. Berikut merupakan contoh referensi desain kemasan yang akan digunakan.



Gambar III.1 Contoh referensi kemasan
Sumber: http://www.dupont.com/products-and-services/packaging-materials-solutions/food-packaging-materials/case-studies/stand-out-cereal-packaging (diakses pada 14 Desember 2016)

   Dari referensi diatas dapat diambil bentuk dari kemasan yang menggunakan *composite can* sehingga dapat melindungi produk.

b. Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan verbal yang akan digunakan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan tidak kasar atau menyinggung produk lain, karena masyarakat Indonesia merupakan khalayak sasaran yang dituju dan abon sapi cap. Rajawali merupakan produk yang asli dan dibuat oleh orang Indonesia.

III.2.3 Materi Pesan

Pada sebuah media kemasan materi pesan menjadi satu hal yang penting. Materi pesan yang akan disampaikan pada visual kemasan produk abon sapi cap. Rajawali yang merupakan media utama antara lain :

- Nama *brand*
- Nama produk
- Komposisi
- Tanggal produksi
- Tanggal kadaluarsa
- Penjelasan singkat tentang produk
- Visualisasi produk
- Varian rasa produk

Selain materi yang disampaikan pada media utamanya, ada juga beberapa materi pesan yang akan disampaikan pada media-media pendukungnya. Beberapa materi pesan yang akan disampaikan atara lain:

- Nama perusahaan
- Alamat perusahaan atau *outlet*
- Nomor telepon
- Nama pemilik perusahaan
- Harga produk
- Nama pegawai

III.2.4 Gaya Bahasa

Dalam hal ini gaya bahasa menggunakan bahasa indonesia baku yang digunakan dalam sehari – hari di masyarakat tetapi tetap menjaga kesopan santunan dan tidak menjatuhakn tempat produk perusahaan lain.

III.2.5 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan yaitu dengan memanfaatkan seluruh elemen pada kemasan seperti warna, tipografi, ikon dengan memadukan komposisi dari elemen-elemen kemasan yang diatur secara asimetris yang dijadikan identitas visual yang menyampaikan pesan dan kesan bahwa abon sapi cap. Rajawali memiliki pengalaman dan sudah tua alias lebih ke *old style* namun mengikuti zaman atau *modern* dan dapat dipercaya sehingga menjadi identitas visual tersendiri dari abon sapi cap. Rajawali.

III.2.6 Strategi Media

Dapat diambil dari permasalahan bahwa strategi media yang akan dibuat ada beberapa media yaitu:

a. Media Utama

   Media utama yang digunakan yaitu kemasan produk abon sapi cap. Rajawali dalam berbagai ukuran, kemasan tersebut akan disertakan dengan manual book dari keseluruhan media yang ada. Kemasan merupakan sebuah alat yang membungkus, melindungi produk, yang dapat digunakan sebagai sebuah alat komunikasi, identifikasi, pencapai target pasar, identitas visual yang disampaikan kepada konsumen sehingga tersampaikannya pesan dari sebuah produk yang dijual. (Merianne Rosner & Sandra A. Krosve, 2006)

   Desain kemasan merupakan sebuah sarana estetika yang dikomunikasikan ke semua orang dengan berbagai latar belakang, minat, dan pekerjaan yang berbeda. Beberapa ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi perlu digunakan karena dapat mempengaruhi tepat atau tidaknya suatu desain. Ilmu pengetahuan dalam komunikasi dapat membantu dalam membuat audiens memahami elemen-elemen desain tersebut.

Maka media utama yang akan dibuat merupakan sebuah media kemasan yang baru yang dimana memberikan kemudahan dan fungsi yang baik pada kemasan. Selain itu media yang akan dibuat akan lebih memiliki ciri khas yang khusus dimana hanya abon sapi cap. Rajawali yang memilikinya, sehingga tidak ada kesalahan pada konsumen dalam memilih produk abon sapi cap. Rajawali. Strategi yang digunakan ialah memberikan ciri khas abon sapi cap. Rajawali yang dipadukan dengan ciri dari ciamis, dan membuat lebih menarik untuk dilihat dan diterima oleh khalayak, lalu dengan menggunakan warna yang dikomposisikan dari perpaduan abon sapi cap. Rajawali dengan warna pada logo atau identitas visual Ciamis.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang ajan digunakan yaitu:

- *Merchandise*

  Merchandise merupakan barang-barang yang diproduksi untuk keperluan penjualan. Pada komunitas, hal ini mengalami pengembangan makna menjadi barang-barang produksi sendiri yang funsinya hampir mirip seperti memorabilia. Berbagai macam kelengkapan abon sapi cap. Rajawali seperti stiker, pin, gantungan kunci, dan sebagainya dengan menggunakan desain yang identik dan konsisten seperti pada kemasan produk.

- Media Komunikasi

  Media komunikasi merupakan media yang memiliki fungsi sebagai penyampai pesan kepada konsumen, media komunikasi yang akan dipakai terdiri dari poster, *x-banner*, media sosial, *banner*/spanduk. Media komunikasi yang dimaksud ialah sebagai sebuah media yang mengomunikasikan kepada konsumen bahwa kini abon sapi cap. Rajawali memiliki kemasan baru. Komunikasi yang digunakan merupakan komunikasi satu arah dimana khalayak mendapatkan informasi dari media yang digunakan

- Media Operasional

  Media oprasional yang digunakan akan beragam, mulai dari paper bag, kardus, seragam pegawai, *tag name* pegawai, dan nota sebagai *invoice* dari perusahaan. Media operasional berfungsi sebagai penyeragam atau penyelaras pegawai dan pelengkap yang menunjukan ciri dari abon sapi Cap. Rajawali itu sendiri.

III.2.7 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Untuk lebih memudahkan penyebaran distribusi, terdapat di wilayah penyebaran Outlet resmi abon sapi cap. Rajawali dan toserba-toserba di Ciamis. Wilayah penyebaran tersebut sebagian besar adalah tempat dimana khalayak sasaran biasa mencari atau membeli produk abon sapi cap. Rajawali. Karena audiens yang disasar adalah pada kisaran umur 25 – 40.

Tabel III.1 Distribusi media pada tahun 2017
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Jenis Media	Juni				Juli				Agustus			
Media Utama / Kemasan												
Media Stationary												
Media Print Ad												
Media Sosial												
Visual Merchandising												
Uniform												

III.3 Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan identitas visual melalui kemasan abon sapi cap. Rajawali ini mengacu pada strategi kreatif yang telah dibahas sebelumnya diatas.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang digunakan pada kemasan abon sapi cap. Rajawali yairu dengan format *"old look but modern"* yang diambil dari berbagai referensi dari berbagai sumber desain kemasan yang memiliki format yang sesuai dengan abon sapi cap. Rajawali. Model kemasan yang diincar atau yang akan digunakan merupakan model *tube* atau tabung, dimana model tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah wadah permanen oleh produk, ataupun wadah apapun yang memberikan fungsi tambahan dari kemasan berbentuk tabung tersebut.



Gambar III.2 Referensi kemasan 1
Sumber: http://designspiration.net/search/saves/page/1/?q=packaging/ (diakses pada 11 Desember 2016)

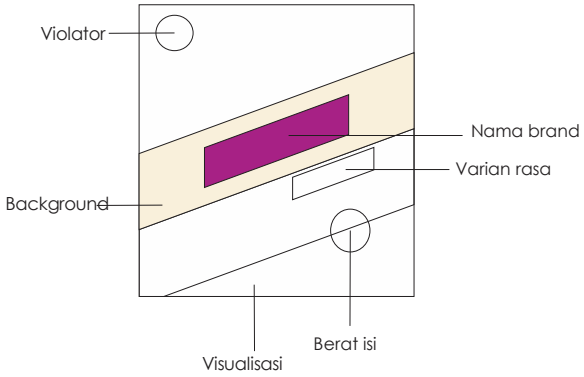


Gambar III.3 Referensi kemasan 2
Sumber: http://designspiration.net/search/saves/page/1/?q=pringles/ (diakses pada 11 Desember 2016)

III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Layout pada perancangan kemasan mrupakan unsur-unsur tertentu baik itu gambar, logo, tulisan, warna dan hal lainnya yang menjadi suatu susunan bentuk yang menarik sehingga menghasilkan suatu karya grafis berkarakter yang

memiliki ciri khas tersendiri. Konsep *layout* pada perancangan identitas visual melalui kemasan abon sapo cap. Rajawali sebagai berikut:



Gambar III.4 Draft *layout* kemasan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

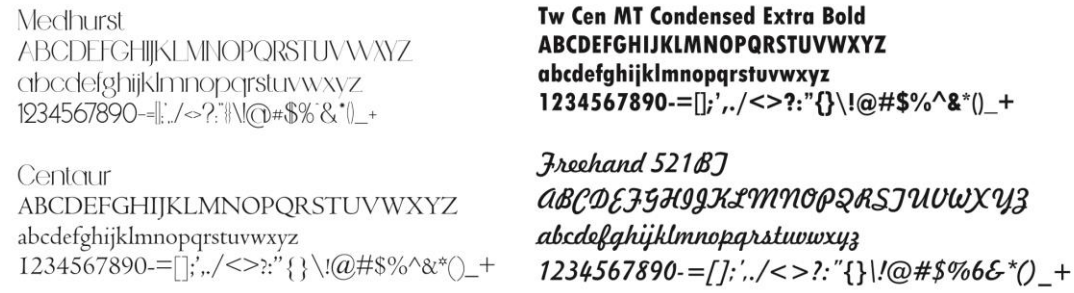
Pada bagian depan, logo diposisikan sebagain center dari apa yang ditujukan kepada konsumen, lalu dibawahnya terdapat tulisan varian rasa dari abon sapi cap. Rajawali, dengan tak lupa menyertakan keterangan berat dari isi kemasan, dan logo hallal yang mengindikasikan bahwa produk merupakan produk hallal. Konsep *layout* yang digunakan yaitu tua tapi modern, segitiga-segitiga pada bagian latar belakang logo menunjukan ikon-ikon sapi, rajawali, kab. Ciamis, dan sendok dan garpu sebagai penjelas bahwa ini merupakan makanan.

Untuk latar belakang di bagian bawahnya terdapat 3 garis yang pertama merupakan warna kuning krem terang, lalu ungu, dan hijau. Gari pertama merupakan garis pembeda yang dimaksudkan untuk memperjelas tulisan dari *logotype* dan *logogram* yang ada, garis kedua merupakan indikasi dari langit namun dengan mengambil unsur dari Ciamis dengan warna ungu, lalu pada garis ketiga dibentuk menjadi seperti gunung dengan warna hijau merupakan paduan dari unsur Ciamis yang diambil.

III.3.3 Jenis Tulisan *(Font)*

Jenis tulisan yang digunakan dalam perancangan identitas visual melalui kemasan abon sapi cap. Rajawali yaitu dangan menggunakan jenis tulisan serif, sans serif, dan script, ketiganya dipadukan untuk memunculkan kesan tua tapi modern yang dituju pada strategi kreatif diatas. *Font* berjenis serif yang digunakan yaitu

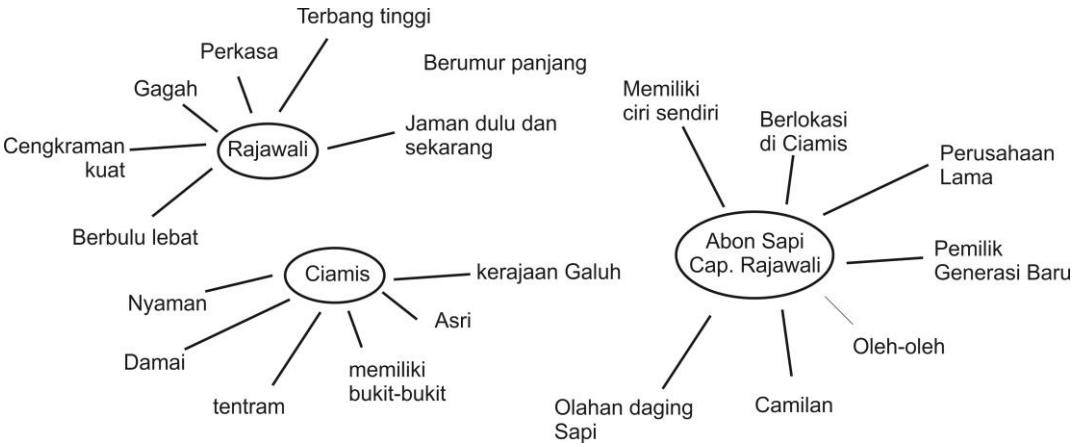
Medhurst dan Centaur, lalu untuk sans serifnya menggunakan Tw Cen MT Condensed Extra Bold, sedangkan untuk font berjenis *script* yang digunakan yaitu Freehand521 BT.



Gambar III.5 *Font*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu visualisasi dari sebuah tulisan, visualisasi tersebut memiliki daya tarik dan citra dari abon sapi Cap. Rajawali. Dalam pembuatan ilustrasi, diperlukan beberapa pengumpulan ide agar tercapainya sebuah karakter dari ilustrasi yang dibuat. Pengumpulan ide tersebut menggunakan *Mind Mapping*, Berikut merupakan *Mind Mapping* yang telah dilakukan.



Gambar III.6 *Mind Mapping*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Dari proses *mind mapping* tersebut dapat diambil beberapa kata kunci yang dapat dijadikan visualisasinya. Tahap selanjutnya ialah visualisasi dari kata kunci tersebut atau disebut juga *key visual*.



Gambar III.7 *Keyvisual* bukit-bukit Ciamis
Sumber: http://travel.detik.com/read/2014/08/17/072800/2617194/1025/3/naik-kereta-yogyakarta-bandung-pemandangannya-dahsyat (diakses pada 11 Desember 2016)



Gambar III.8 *Keyvisual* nyaman
Sumber: http://desaindesainrumah.com/kamar-tidur/inspirasi-desain-kamar-tidur-modern-sederhana-yang-nyaman/ (diakses pada 11 Desember 2016)



Gambar III.9 *Keyvisual* jaman sekarang
Sumber: https://id.pinterest.com/pin/195554808792166400/ (diakses pada 11 Desember 2016)



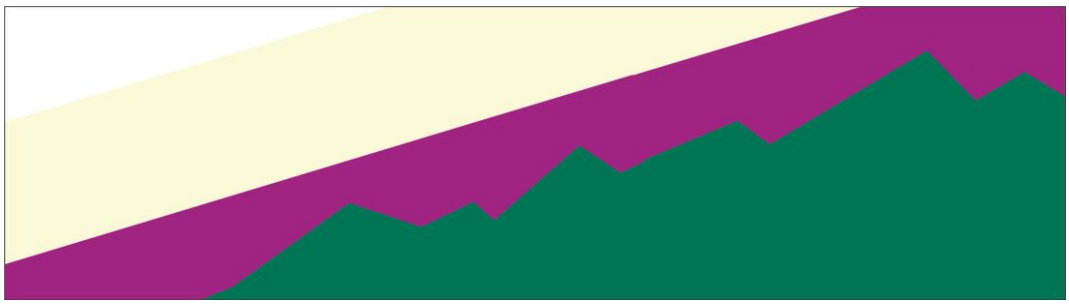
Gambar III.10 *Keyvisual* jaman dulu
Sumber: https://infopeluangusaha.org/bisnis-jajanan-unik-jaman-dulu-banyak-diincar-penggemar/ (diakses pada 11 Desember 2016)

Dari beberapa *keyvisual* tersebut maka dapat dibuat beberapa ilustrasi yang mengacu pada *keyword* yang telah didapat. Berikut merupakan beberapa visual yang dapat terbentuk.

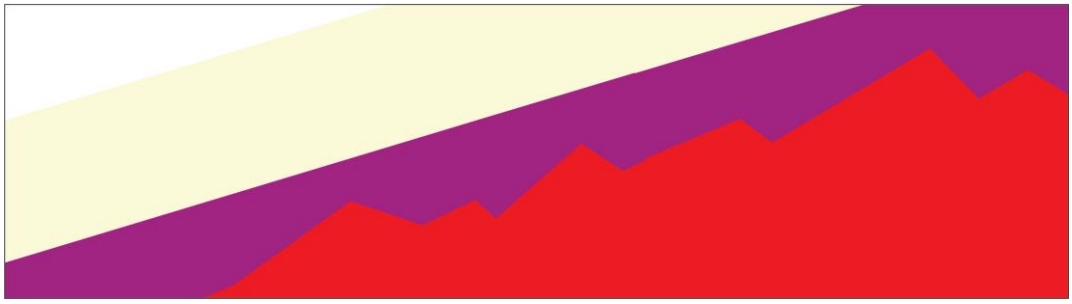


Gambar III.11 Visualisasi dari rajawali, ibu iloh, sapi dan makanan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Gambar diatas merupakan visualisasi dari *icon* rajawali, Ibu Iloh yang merupakan pendiri dari abon sapi cap, Rajawali, sapi dan sendok garpu. Maksudnya antara lain merupakan rajawali merupakan produk makanan dari olahan sapi yang merupakan produk buatan khas ibu iloh.



Gambar III.12 Visualisasi dari bukit-bukit dan kenyamanan pada kemasan original
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)



Gambar III.13 Visualisasi dari bukit-bukit dan kenyamanan pada kemasan pedas
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Gambar diatas merupakan bentuk visualisasi dari perbukitan, dan ketenangan. Dengan warna khas dari ciamis, dan krem sebagai warna dari abon atau daging, memberikan keselarasan pada visual yang dibuat. Perbukitan dan garis warna ungu merupakan ciri dari Ciamis dan dipadukan dengan garis warna krem memberikan ciri tersendiri bagi abon sapi Cap. Rajawali. Selain itu ada juga perbukitan yang diberi warna merah memberikan kesan panas atau pedas seperti layaknya bagian dalam dari gunung yang merupakan magma. Dengan menggunakan visual dari gunung berapi, diharapkan dapat tersampaikan kesan pedas yang cukup panas pada saat mengkonsumsi abon sapi Cap. Rajawali kepada khalayak.



Gambar III.14 Visualisasi dari *brand name*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Gambar diatas merupakan visualisasi dari *brand name* abon sapi Cap. Rajawali. Tulisan berbentuk tulisan serif, dengan *icon* rajawali pada huruf "a" dan dipadukan dengan tulisan abon sapi khas Ciamis yang berbentuk tulisan script. Tulisan tersebut dimaksudkan untuk memberi kesan tua namun modern dengan dimiringkan sekitar 45 derajat untuk memadukan dengan latar belakang yang ada.

III.3.5 Warna

Pengaplikasian warna pada kemasan ini berdasarkan dari beberapa hal yang mewakili dari abon sapi Cap. Rajawali dan Kabupaten Ciamis. Berikut merupakan warna-warna yang digunakan pada perancangan ulang identitas visual abon sapi cap. Rajawali melalui kemasan.

Tabel III.2 Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

R 167 G 33 B 133 #A72185	R 9 G 122 B 94 #097A5E	R 249 G 248 B 216 #F9F8D8	R 255 G 226 B 181 #FFE2B5	R 255 G 197 B 97 #FFC561	R 237 G 50 B 55 #ED3237

Warna-warna diatas memiliki peranan masing-masing pada kemasan yang dibuat,. Ungu merupakan warna yang mewakili daerah Kab. Ciamis yang merupakan warna dari kerajaan galuh dulu. Hijau mewakili warna pegunungan dan bukit-bukit yang ada di Ciamis, dan juga merupakan warna dari Kab. Ciamis. Krem muda, krem, dan krem tua disini mewakili dari warna abon itu sendiri dimana yang cerah, normal, dan gelap.
Warna merah digunakan sebagai pengganti warna hijau pada kemasan varian pedas, dimana menunjukan bahwa varian rasanya ialah pedas.

Warna dikategorikan dalam dua kategori, yaitu RGB dan CMYK. RGB merupakan warna yang digunakan pada peralatan-peralatan digital, dimana memiliki warna primer merah *(Red)*, hijau *(Green)*, dan biru *(Blue)*. CMYK merupakan warna yang dominan digunakan pada mesin mesin percetakan, warna ini memiliki warna warna primer *Cyan, Magenta, Yellow, Key*, dimana warna *key* merupakan sebuah warna yang memberikan kontras pada campuran-campuran warna CMYK sehingga tidak terjadi biasan dari warna tersebut.

Teori atau konsep warna yang diambil, dipaparkan dibawah ini:

- Ungu

  Ungu merupakan sebuah warna yang memiliki kesan kekayaan budi, bijaksana, sehingga dapat diartikan bahwa abon sapi cap. Rajawali merupakan sebuah produk yang selalu tepat dalam melayani konsumen dan menyikapi kebutuhan konsumen.

- Hijau

  Makna yang terkandung dalam warna hijau ialah kedamaian, kemakmuran, kesuburan, sehingga dapat diartikan bahwa abon sapi cap. Rajawali diharapkan untuk selalu subur dalam perkembangan bisnisnya.
- Krem

  Warna krem disini mempresentasikan kelembutan dan klasik, dimana produk abon sapi cap. Rajawali memiliki tekstur kelembutan pada dagingnya dan merupakan perusahaan yang tua

- Merah

  Warna merah disini mempresentasikan rasa pedas yang terasa saat mengkonsumsi abon sapi cap rajawali rasa pedas.