BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Sebuah perancangan yang terorganisir adalah perancangan yang memiliki strategi yang memiliki daya pendukung bagi susunan rancangan yang akan mempermudah pencapaian tujuan. Rolling Pin memiliki kelebihan dari pembuatan kue ulang tahun yang bisa dibuat sesuai pesanan dari konsumen, maka potensi ini bisa menjadi nilai positif bagi kemajuan dalam bidang promosi. Penulis akan merancang strategi promosi Rolling Pin di bulan Desember 2017 bertepatan dengan akhir tahun. Dengan memberikan promosi penjualan berupa harga hemat pembuatan kue ulang tahun ditoko Rolling Pin. Adapun tahap-tahap dari strategi perancangan yang dilakukan meliputi:

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Memberikan informasi tentang keunggulan produk Rolling Pin mulai dari bentuk, rasa dan bentuk. Bertujuan untuk menambah daya tarik konsumen terhadap toko Rolling Pin

III.1.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang di lakukan dalam perancangan studi promosi ini melalui pendekatan verbal dan pendekatan visual yang menyesuaikan dengan segala dari usia maupun daerah. Adapun pendekatan verbal dan visual sebagai berikut :

A. Pendekatan Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang di sampaikan berupa tulisan yang memiliki peranan penting dalam sebuah media komunikasi, agar informasi yang di sampaikan dapat di pahami dengan baik. Pendekatan verbal yang akan digunakan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan tidak kasar atau menyinggung produk

lain, karena masyarakat Indonesia merupakan khalayak sasaran yang di tuju dan produk Rolling Pin di buat oleh orang asli Indonesia.

B. Pendekatan Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Dalam komunikasi visual sering mengkombinasikan antara seni, lambang, gambar, *font*, desain grafis, ilustrasi, dan warna.

Pendekatan visual dalam perancangan promosi Rolling Pin melalui studi media poster, pendekatan yang di lakukan untuk menarik perhatian dari konsumen dan didalam poster terdapat visual mulai dari logo, produk dan informasi tentang isi dari poster. Berikut merupakan contoh referensi desain poster.



Gambar III.1 Referensi Poster Promosi.
Sumber: https://web.facebook.com/campina.eskrim/photos/ (Desember 2016)

III.1.3 Materi Pesan

Dalam Perancangan Promosi Rolling Pin terdapat beberapa materi pesan yaitu:

- Mempromosikan keunggulan dalam pembuatan kue dari Rolling Pin.
- Menambahkan daya tarik konsumen dari potongan harga pembuatan kue Rolling Pin

III.1.4 Gaya Bahasa

Dalam hal ini gaya bahasa menggunakan Bahasa Indonesia baku yang di gunakan dalam sehari –hari dimasyarakat tetapi tetap menjaga kesopan santunan dan tidak menjatuhkan produk perusahaan lain.

III.1.5 Khalayak Sasaran

Adapun khalayak sasaran dalam melakukan perancangan ini, yaitu:

- Demografis

  Segmentasi demografis menurut M. Suyanto (2004, 3) adalah pasar yang di kelompokan melalui variabel-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia, ukuran keluarga, pekerjan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan dan kelas sosial. Target audiens demografis ditujukan kepada:

  Usia : 17 – 25 tahun.
  Jenis kelamin : Perempuan – laki-laki
  Pekerjaan : Segala macam pekerjaan
  Ekonomi : Menengah keatas, hal ini di sebabkan karna pembuatan kue yang cukup rumit serta biaya yang cukup besar

- Geografis

  Segmentasi geografis menurut M. Suyanto (2004, 3) adalah pembagian pasar menjadi unit-unit geografis berbeda, misalnya wilayah, negara, negara bagian, provinsi, kota dan kepulauan. Berdasarkan lokasi yang menjadi target audien masyarakat yang tinggal atau berada dikota Bandung, dan para pendatang yang datang dari luar kota Bandung.

- Psikografis

  Segmentasi psikografis menurut M. Suyanto (2004, 4) adalah mengelompokkan pasar dalam variabel gaya hidup, nilai, dan kepribadian. Psikografis konsumen Rolling Pin adalah remaja hingga dewasa yang

memiliki gaya hidup yang cukup tinggi serta bahasa yang sederhana, mengikuti perkembangan jaman yang ada dikota Bandung.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah sebuah langkah yang dilakukan dengan cara yang berbeda sehingga dapat menarik perhatian dari pengunjung. Strategi kreatif yang dilakukan adalah promosi yang lebih menguntungkan untuk perusahaan dan pembeli. Strategi kreatif yang di gunakan yaitu dengan memanfaatkan seluruh elemen pada poster seperti warna, tipografi,logo dan menggunakan foto produk yang khas dari Rolling Pin, dengan memadukan komposisi elemen – elemen poster yang di atur secara asimetris yang di jadikan promosi pada toko Rolling Pin.

III.1.7 Strategi Media

Strategi media sebagai alat komunikasi dan informasi guna menyampaikan pesan dan tujuan kepada target audien sehingga informasi yang disampaikan dapat dicerna dan diterima dengan baik dan mudah, strategi media dibutuhkan sebagai penentu media yang akan dipakai sebagai sarana promosi yang diaplikasikan kepada beberapa rancangan yang berupa media utama dan media pendukung.

- **Media Utama**

Media utama yang akan digunakan dalam promosi Rolling Pin yaitu poster. Sebuah selebaran atau flyer, juga disebut surat edaran, atau leaflet. Poster akan disertakan dengan manual book dari keseluruhan media yang ada. Poster merupakan bentuk iklan kertas ditujukan untuk distribusi yang luas dan biasanya dipasang atau didistribusikan di tempat umum

- **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, maka media pendukung meliputi :

1. *Tote Bag*

Tote bag termasuk dalam kategori tas jinjing. Bisa digunakan untuk membawa buku, kosmetik, peralatan maupun penggunaan lain. *Tote bag* sendiri biasanya bebahan *canvas*.

2. *Postcard*

Postcard atau kartu pos adalah bagian persegi panjang tebal kertas atau tipis karton dimaksudkan untuk menulis dan surat tanpa amplop.

3. Brosur

Brosur adalah surat edaran yang di bagikan secara gratis kepada setiap masayarakat.

4. X-Banner

Media yang digunakan sebagai informasi promosi dan hadiah Rolling Pin. Media ini akan ditempatkan pada pintu masuk di depan toko Rolling di kota Bandung.

5. Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam.

6. Xbanner

Xbanner adalah sebuah kertas persegi panjang yang berisikan informasi tentang event atau produk yang di pajang di depan toko.

7. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.

8. Seragam karyawan

Seragam dibuat untuk para karyawan, seragam ini dibuat untuk melengkapi promo spesial akhir tahun, selain itu karyawan akan terlihat kompak saat memakainya.

9. Billboard

Billboard adalah sebuah media iklan besar yang ada di pingggir jalan, billboard diisi oleh berita tentang event dan iklan tentang produk.

10. Umbul-umbul

Umbul-umbul adalah sebuah media iklan namun biasanya di pakai saat acara dan lebih menunjukan kea rah tempat acaranya berjalan.

III.1.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasanya, sehingga produk tersebut dapat sampai ketangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, pada waktu diperlukan, dan ditempat yang tepat. Berikut ini adalah jadwal strategi distribusi yang akan dilakukan :

Tabel III.1 Strategi Distribusi
Sumber: Dokumen Pribadi

Tanggal	**Media**	***Venue***	**Objektif**
25 – 30 November 2017	- Poeter - Billboard - Brosur - Instagram - Facebook	- Universitas Parahyangan - Unirversitas Maranatha - Universitas ITHB - Universitas Pajajaran	Untuk menginformasikan prmosi Kue Rolling Pin
1 – 20 Desember 2017	- Seragam - Xbannner - Chainflag - Postcard - Totebag - Wobler	Toko Rolling Pin Ciumbuleuit	Membujuk target untuk mau membeli kue yang di tawarkan oleh Rolling Pin
15 – 20 Desember 2017	- Instagram - Facabook	*Online*	Mengingatkan kembali kepada target audiens, tentang promosi

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan promosi melalui poster potongan harga pembuatan kue ulang tahun ini mengacu pada strategi kreatif yang telah dibahas sebelumnya diatas.

III.2.1 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format *portrait* dengan komposisi yang teratur, dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media berupa ilustrasi, logo Rolling Pin, photo dan typografi yang terdiri dari harga, judul promo, isi promo, alamat, layanan konsumen, waktu dan syarat ketentuan berlaku.



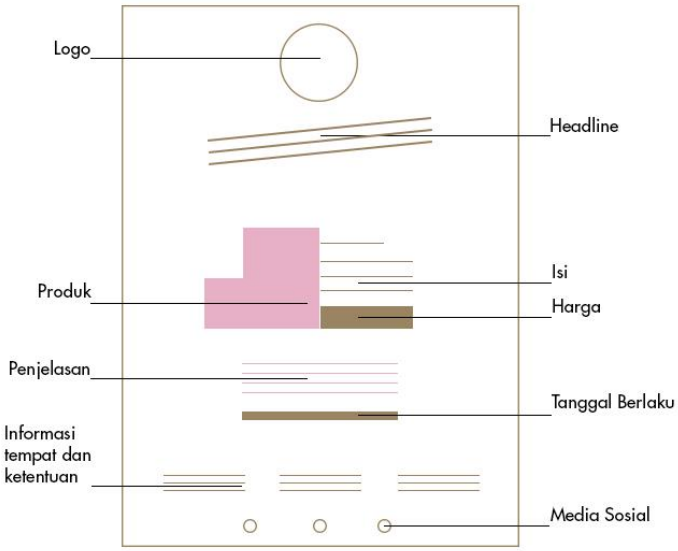
Gambar III.2 Refensi poster 1
Sumber: http://freebiesland.my/2013/11/secret-recipe-enjoy-buy-1-free-1-slice-of-cake-promotion/ (Desember 2016)



Gambar III.3 Referensi poster 2
Sumber: https://www.dapurcokelat.com/ (Desember 2016)

III.2.2 Tata Letak

Layout pada perancangan poster merupakan unsur – unsur tertentu baik itu gambar, logo, tulisan, warna dan hal lain yang menjadi suatu susunan bentuk yang menarik sehingga menghasilkan suatu karya grafis berkarakter yang memiliki cici khas teresendiri. Selain itu poster memiliki tahapan yang menjadi informasi agar tidak salah tentang isi dari poster tersebut, poster yang baik memiliki info yang detail dan lengkap sehingga konsumen yang melihat poster tidak salah mengartikan iklan poster tersebut. Poster dengan *loyout* yang baik dirancang melalui sebuah penelitian, serta dapat meningkatkan daya tarik bagi penglihat dan dapat menigkatkan daya serap masyarakat akan poster tersebut. Konsep *loyout* pada perancangan poster promosi Rolling Pin adalah sebagai berikut:



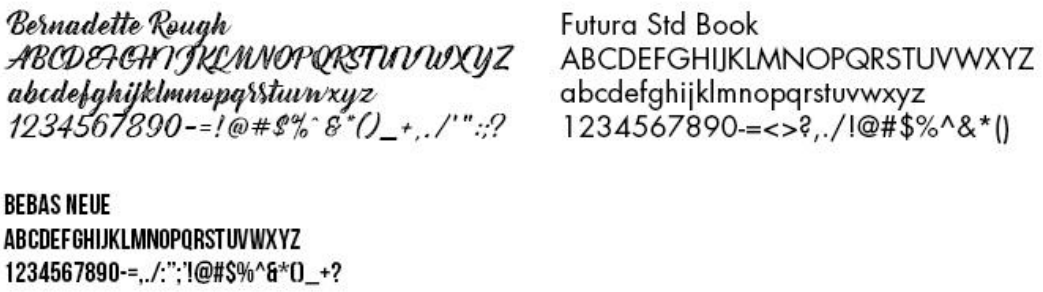
Gambar III.4 Draft Layout Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Pada bagian atas, logo di posisikan sebagai center dari apa yang di tujukan kepada konsumen, lalu di bawahnyanya terdapat tulisan headline tentang kue dan harga. Dibawahnya terdapat foto produk serta tulisan isi tentang promosi potongan harga kue ulang tahun. Dibawah isi terdapat penjelasan, dan di bawah penjelasan terdapat tanggal promosi di lakukan. Dibagian bawah juga terdapat informasi toko, kontak dan syarat ketentuan pembuatan kue. Dan yang paling dibawah terdapat media sosial Rolling Pin. Konsep layout yang digunakan yaitu vintage namun terasa modern, di bagian background memakai satu warna krem tua merupakan indikasi dari adonan kue yang sering berwarna krem tua dan warna krem tua adalah warna – warna *vintage.* Bagian headline memakai font script bertujuan untuk menambah kesan vintage pada poster.

III.2.3 Huruf

Jenis tulisan yang digunakan dalam perancangan promosi Rolling Pin melalui poster yaitu menggunakan jenis huruf sans serif, dan *script*, keduanyadi padukan untuk memunculkan kesan *vintage* tapi terasa modern yang di tuju pada strategi kreatif

diatas. *Font* berjenis sans serif yang digunakan yaitu Bebas neue dan Futura Std Book sedangkan *font* bernejenis *Script* yang di gunakan yaitu Bernadette Rough.



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

III.2.4 Illustrasi

Ilustrasi merupakan suatu visualisasi dari sebuah tulisan, visualisasi tersebut memiliki daya tarik dan citra dari toko kue Rolling Pin. Dalam pembuatan ilustrasi , diperlukan beberapa pengumpulan ide agar tercapainya sebuah karakter dari ilustrasi yang di buat . pengumpulan ide tersebut menggunakan tersebut *mind mapping*, berikut merupakan *mind mapping* yang telah dilakukan.



Gambar III.6 *Mind Mapping*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

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 vintage*
Sumber: http://designspiration.net/search/saves/page/4/?q=vintage (Januari 2017)



Gambar III.8 *Keyvisual adonan*
Sumber: http://santeaja.com/cara-membuat-butter-cream-coklat-yang-lembut/ (Januari 2017)



Gambar III.9 Keyvisual kue berkarakter
Sumber: https://www.instagram.com/rollingpin_sugarart (Diakses pada 20 Januari 2017)

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



Gambar III.10 Visualisasi poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2016)

Gambar diatas merupakan visualisasi dari poster, dengan warna krem tua yang diambil dari adonan kue, dan tulisan memakai warna krem muda memberikan keselarasan pada visual yang di buat. Pada ilustrasi poster terdapat logo perusahaan agar konsumen mengingat logo Rolling Pin. Bagian bawah dari logo terdepat tulisan headline “Manis kuenya Manis harganya” diambil dari rasa kue yang kabanyakan manis serta harga manis menunjukan harga yang membuat konsumen senyum manis menarik perhatian untuk melihat isi poster tersebet.

Foto produk didalam poster merupakan salah satu foto kue ulang tahun yang dibuat oleh Rolling Pin. Foto tersebut memakai karakter smurf, karakter smurf ini dipakai berdasarkan tingkat kesulitanya dalam pembuatan kue melalui karakter *smurf*, kue ini melihatkan detail yang rinci sehingga menampilkan kue yang menawan. Kue ini diharapkan agar konsumen terkesima dengan detail yang sangat rinci dan juga warna yang sangat menarik selera.

III.2.5 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. Warna yang digunakan Dominan ke krem dengan nuansa seperti adonan kue, warna yang menarik ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik pembeli. Warna ini diperuntukan sebagai perwakilan dari kue Rolling Pin. Dengan nuansa krem warna ini dipilih melalui penelitian pada toko Rolling Pin. Warna ini dekat sekali dengan tema yang ada pada toko kue Rolling Pin yaitu dengan tema *vintage,*

Pengapilkasian warna pada poster ini berdasarkan beberapa hal yang mewakili dari Rolling Pin, berikut warna-warna yang di gunakan pada perancangan poster Rolling Pin.



R: 154
G: 132
B: 98
#9a8462

R: 230
G: 224
B:211
#e6e0d3

Gambar III.11 Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Januari 2017)

Warna-warna diatas memiliki peranan masing-masing pada poster, warna krem tua di ambil dari adonan kue, pada adonan kue seringkali warnanya menjadi krem tua, warna ini memberikan unsur lezat dan menggugah selera, serta diharapkan warna ini mampu membuat perhatian konsumen menjadi lebih menarik, warna krem tua dipakai pada bagian *background* dalam media utama yang sangat kontras dan jelas. Warna krem muda di ambil dari *cream* kue yang biasa bewarna krem muda. Warna ini diterpakan pada bagian font atau typografi dari media utama poster, warna krem muda dipilih agar tidak menjahui dari warna utama, namun warna juga dapat dibaca dengan jelas oleh masyarakat yang melihat iklan poster tersebut.