BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Schramm(1977), “seorang perancang komunikasi yang baik tidak akan memulai upayanya dari apa yang harus dikatakan, saluran apa yang akan dipergunakan, atau bagaimana cara mengatakannya, melainkan terlebih dahulu mempertanyakan siapa yang akan menjadi sasaran penyempaian pesan”.

Menentukan sasaran khalayak bertujuan untuk menentukan target dari klalayak sasaran yang tepat agar pesan atau informasi sampai dengan tepat. Target audiens untuk perancangan kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay adalah sebagai berikut:

1. Target Market

Geografi : Mencangkup wilayah Jawa Barat, karena tempat produksinya sendiri berada di Kota Cirebon, maka pemasaran yang utama adalah di Jawa Barat, khususnya di kota-kota besar seperti Bandung, Cianjur & Bogor.

Demografi :

Umur : 15 – 50 Tahun, Karena rata-rata konsumen yang menggunakan atau meminum Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah remaja & orang dewasa.

Jenis kelamin : Pria dan Wanita

Pendidikan : Semua latar belakang pendidikan

Pendapatan : Semua lapisan (menengah kebawah, menengah,

menengah keatas, atas)

2. Target *Audience*

Target *audience* menurut psikografi meliputi:

- Masyarakat yang mengerti akan perkembangan produk.
- Masyarakat yang mengerti akan pentingnya kualitas produk

III.2 Strategi Perancangan

Menurut Morrisey (1995) mengatakan bahwa strategi ialah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan supaya dapat tercapai segala misinya. Sedangkan perancangan menurut Burch dan Grudnitski (1986) adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah dari satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Jadi strategi perancangan adalah suatu kegiatan yang mengikuti langkah-langkah yang harus di mulai dari penggambaran, perencanaan dari beberapa elemen yang terpisah menjadi sebuah kesatuan guna tercapainya sebuah misi atau tujuan. Maka dari itu, perancangan kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay ini bertujuan untuk memperbaharui kemasan & menambah varian kemasan agar citra dari Siroop Tjap Buah Tjampolay lebih naik karena semakin banyaknya produk sejenis yang bermunculan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Pengertian yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah memberitahukan keberadaan Siroop Tjap Buah Tjampolay yang menyediakan berbagai macam varian rasa dengan berbagai kemasan. Hal tersebut dikomunikasikan kedalam sebuah visual desain kemasan yang baik dengan mempertimbangkan keestetisan sebuah desain pada setiap kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay yang ada, sehingga produsen tersebut memiliki citra yang kuat dan melekat di masyarakat atau konsumen.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan ulang kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay memerlukan pendekatan komunikasi yang baik agar pesan yang tersampaikan dapat mudah dimengerti oleh khalayak sasaran. Pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah menyampaikan bahwa Siroop Tjap Buah Tjampolay adalah produk siroop asli Cirebon yang memiliki berbagai varian rasa . Berikut ini adalah pendekatan

komunikasi yang akan dijelaskan dengan 2 cara yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal :

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan ulang kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay adalah dengan pendekatan visual melalui ilustrasi dengan teknik fotografi . Ilustrasi dengan teknik fotografi yang nantinya akan ditampilkan harus mencerminkan atau mewakili Siroop Tjap Buah Tjampolay sebagai produk minuman siroop khas Cirebon yang memilki berbagai varian rasa.

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan dengan cara melengkapi informasi pada kemasan seperti alamat produsen, komposisi, dan informasi lainnya agar masyarakat percaya bahwa produk Siroop Tjampolay ini adalah siroop khas Cirebon. Selain itu pendekatan verbal juga menggunakan *icon* dan beberapa kata pendukung untuk menarik perhatian Khalayak Sasaran atau masyarakat.

III.2.3 Materi Pesan

Berikut adalah beberapa materi pesan dalam perancangan ulang kemasan Siroop Tjaap Buah Tjampolay:

1. Visual-visual yang menarik dan sesuai berdasarkan varian rasa dari produk Siroop Tjap Buah Tjampolay.
2. *Icon* atau ilustrasi sederhana yang mengkomunikasikan bahwa Siroop Tjap Buah Tjampolay ini produk lokal khas Cirebon.
3. Pencantuman informasi alamat produsen, komposisi, dan tanggal kadaluarsa agar Siroop Tjap Buah Tjampolay dipercaya oleh Khalayak Sasaran.
4. Ilustrasi foto berbagai buah-buahan sesuai dengan varian rasa yang ada pada Siroop Tjap Buah Tjampolay untuk mempertegas kemasan .

III.2.4 Gaya Bahasa

Bahasa yang digunakan untuk menyampaikan materi-materi pesan pada label, adalah menggunakan bahasa Indonesia baku karena Siroop Tjap Buah Tjampolay

merupakan produk yang sebagian besar khalayak sasaranya berada di Indonesia dan Siroop Tjap Buah Tjampolay dipasarkan di Indonesia.

Tetapi dalam menyampaikan materi-materi pesan di sosial media menggunakan bahasa yang lebih santai seperti gaya bahasa personifikasi, agar lebih merasa dekat dengan khalayak sasaran.

III.2.5 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah salah satu cara atau konsep kreatif yang berguna untuk mengemas sebuah informasi yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran dengan tepat. Strategi kreatif disusun setelah melihat hasil analisa dari segmentasi khalayak sasaran. Maka hasil yang didapatkan strategi kreatif yang di dapatkan adalah dengan membuat sebuah kemasan baru yang lebih modern, mulai dari label dan varian botol baru untuk Siroop Tjap Buah Tjampoay. Dalam hal ini juga strategi kreatif yang gunakan adalah menambahkan nuansa khas dari kebudayaan lokal, yaitu sebuah batik Mega Mendung agar lebih menunjukan bahwa Siroop Tjap Buah Tjampolay adalah produk asli khas Cirebon yang sudah ada sejak lama tetapi tidak kalah dengan produk baru yang lebih baru.

III.2.6 Strategi Media

Strategi media adalah salah satu cara untuk menyampaikan sebuah informasi dengan menggunakan berbagai media, baik digital ataupun manual yang mudah untuk diakses dan didapatkan, serta tentunya menarik perhatian khalayak sasaran yang sesuai.

Media yang akan dibuat terbagi menjadi dua jenis yaitu media utama dan media pendukung. Adapun konsep mengenai media tersebut adalah sebagai berikut:

A. Media Utama

Media utama dalam perancangan identitas ini adalah kemasan. Kemasan menurut Kotler dan Amstrong (2012) kemasan adalah suatu bentuk kegiatan yang

melibatkan desain serta produks, sehingga kemasan ini dapat berfungsi agar produk di dalamnya dapat terlindungi.

Berikut adalah penjabaran media utama yang akan dibuat:

- **Kemasan Botol 6 Varian Rasa**

Dalam hal ini penulis akan membuat kemasan dalam 6 buah varian rasa yang ada pada Siroop Tjap Buah Tjampolay, rasa yang akan dibuat adalah pisang susu, frozen rose, mangga gedong, jeruk nipis, buah durian dan yang terakhir adalah coffe mocca.

- **Botol Kaca 630ml**

Botol yang digunakan dalam membuat kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay adalah botol kaca yang mempunyai ukuran 630ml, sesuai dengan botol aslinya dan menyesuaikan dengan ukuran siroop pada umunya yang tersedia di pasaran.

- **Botol Kaca 350ml**

Dalam hal ini penulis juga membuat kemasan botol kaca yang berukuran lebih mini yang mempunyai isi botol 350ml, botol ini dipilih karena ingin membuat varian baru yang lebih unik dan berbeda dengan yang lain. Selain itu juga ingin membuat varian yang lebih ekonomis dari sisi harga, karena untuk botol yang berisi 630 ml bisa dibilang tergolong dalam *range* harga yang cukup mahal.

B. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan adalah media tambahan yang efektif untuk menyampaikan pesan dengan mudah kepada konsumen atau masyarakat. Media pendukung tersebut meliputi :

- **Kardus Box (Paket Isi 2 Buah 350ml)**

Kardus box isi 2 buah Siroop Tjap Buah Tjampolay yang berukuran 350 ml ini adalah bertujuan untuk membuat paket hemat yang lebih ekonomis.Kardus box paket isi 2 ini adalah salah satu media promosi juga untuk konsumen agar

memberi produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini lebih dari satu buah & disisi lain terbentuknya kemasan ini adalah agar semua kalangan bisa mencoba produk Siroop Tjap Buah Tjampolay, karena untuk ukuran 630ml harganya terbilang cukup mahal.

- **Kemasan Kardus (Pengiriman)**

Kardus pengiriman biasanya dibuat untuk melindungi suatu kemasan pada saat pengiriman jarak jauh. Bahan yang biasa digunakan untuk kardus tersebut adalah kertas corrugated. Karena kertas ini paling umum digunakan untuk melindungi kemasan apapun dan biasanya digunakan dalam pengiriman produk atau barang.

- ***Flyer***

Flyer merupakan suatu media yang dapat digunakan sebagai media informasi dan juga media promosi. *Flyer* biasanya terdiri hanya satu halaman yang berisikan tentang produk yang ditawarkan atau promosikan. *Flyer* biasanya digunakan juga sebagai salah satu media promosi yang cepat guna mempromosikan sebuah produk.

- **Poster**

Poster merupakan sebuah media yang berisikan komposisi huruf dan gambar. Poster memiliki ukuran yang sangat beragam dari mulai ukuran A4 sampai dengan A0, menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang dituju dan biasanya ditempel pada tempat-tempat yang cocok dan strategis digunakan untuk media promosi agar tepat dengan khalayak sasaran.

- ***.X-banner***

X-banner merupakan bentuk penyederhanaan media dari baliho. X-banner biasanya dipajang pada toko-toko, rumah makan, salon dan lain-lain sesuai kebutuhan x-banner tersebut.

- **Gelas**

Gelas dalam hal ini adalah hal yang paling utama karena berhubungan dengan produk minuman. Dalam hal ini gelas digunakan sebagai media promosi tidak langsung dikarenakan digunakan sebagai *merchandise.*

- **Tatakan Gelas**

Tatakan gelas dalam hal ini juga digunakan sebagai media promosi Siroop Tjap Buah Tjampolay & digunakan sebagai salah satu merchandise yang bisa didapatkan ketika membeli 2 buah box kemasan isi 2 350ml atau membeli produk Siroop Tjap Buah Tjampolay 3 buah yang berukuran 630ml.

- **Nota Penjualan**

Nota penjualan digunakan sebagai tanda bukti pembelian dan penjualan dalam sebuah produk, dalam hal ini nota penjualan juga digunakan sebagai media promosi yang terdapat pada *covernya*.

- **Taplak Meja Mega Mendung**

Taplak meja adalah sebuah kain yang gunakan untuk melindungi meja dan memperindah tampilan meja, selain itu fungsi dari taplak meja yaitu untuk melindungi meja dari goresan atau noda . Dalam hal ini taplak meja yang menggunakan tema Mega Mendung karena ingin menunjukan kesan bahwa produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah siroop asli khas Cirebon.

- **Akun *Sosial Media***

Pada masa internet seperti sekarang banyak masyarakat menggunakan Media Sosial untuk berkomunikasi. Media Sosial digunakan oleh hampir semua kalangan dan semua umur. Beberapa Media Sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat diantaranya adalah Facebook, Twitter dan Instagram. Dengan demikian akun Facebook, Twitter dan Instagram akan dijadikan sebagai media pendukung, sebagai media promosi produk Siroop Tjap Buah Tjampolay kepada masyarakat luas.

III.2.7 Strategi Distribusi & Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi adalah cara yang dilakukan untuk mendistribusikan produk kepada khalayak sasaran. Untuk menyampaikan pesan kepada Khalayak Sasaran tetunya dibutuhkan strategi distribusi yang baik agar mencapai target yang sesuai. Waktu distribusi dan tempat serta caranya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel III. 1 Waktu Penyebaran Media

<table>
<tr><td colspan="2" rowspan="3">Media Perancangan
Kemasan Siroop Tjap BauhTjampolay</td><td colspan="3">Waktu Penyebaran Media</td></tr>
<tr><td colspan="3">Tahun 2017</td></tr>
<tr><td>April</td><td>Mei</td><td>Juni</td></tr>
<tr><td>Media Utama</td><td>Kemasan</td><td></td><td></td><td rowspan="6">1 Juni – 30 Juni</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Media Pendukung</td><td>Tatakan gelas</td><td colspan="2" rowspan="2"></td></tr>
<tr><td>Gelas</td></tr>
<tr><td>Nota</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Kardus</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="4">Media Promosi</td><td>X-Banner</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Poster</td><td colspan="3" rowspan="3">1 April – 30 Juni</td></tr>
<tr><td>Flyer
Facebook
Instagram
Twitter</td></tr>
</table>

Tabel III. *2* Tabel Distribusi Media

Media Perancangan Kemasan Siroop Tjap BauhTjampolay		**Penyebaran Media**	
		Tempat	**Cara**
Media Utama	Kemasan	Langsung di produsen , pesan secara *online* , Retail-retail *offline*	Membayar harga yang sesuai dengan ketentuan
Media Pendukung	Tatakan gelas	Toko Retail modern ataupun eceran	Berbayar atau tersedia dalam paket
	Gelas		
	Kardus		
	Nota		
Media Promosi	*X-Banner*	Produsen, Toko retail modern	
	Poster	Media Sosial, Retail modern/umum	
	Flyer	Toko retail modern/umum	
	Facebook	Media Sosial	
	Instagram	Media Sosial	
	Twitter	Media Sosial	

- **Harga**

Siroop Tjap Buah Tjampolay yang berukuran 630ml saat ini memiliki range harga antara Rp.25.000 – Rp.31.000 .

Dengan adanya kemasan mini yang berukuran 350ml maka konsumen bisa mendapatkan produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini dengan harga Rp.15.000 /pcs .

Pada kemasan mini Siroop Tjap Buah Tjampolay juga memiliki paket hemat yang memiliki isi 2 buah botol dan memiliki harga yang lebih murah yaitu Rp.27.000/kemasan .

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan dilakukan pada perancangan ulang kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay akan melalui beberapa macam yaitu meliputi format desain, tata letak (layout) kemasan, ilustrasi, pemilihan tipografi hingga pemilihan warna yang akan digunakan. Konsep visual akan dijabarkan sebagai berikut :

III.3.1 Format Desain

Format kemasan yang digunakan dalam Siroop Tjap Buah Tjampolay ini di bagi 2 , yaitu untuk botol yang berukuran 630ml dan 350ml.

Pada botol yang berukuran 630ml mempunyai tinggi 29cm dan diameter botol 6,5cm kemudian pada label kemasan mempunyai ukuran 8x11 cm dan ditempel secara *potrait* mengikuti lingkar botol, Sedangkan pada botol yang berukuran 350ml mempunyai tinggi 22,5 cm dan memiliki diameter 5cm kemudian pada bagian label menggunakan ukuran 6x9 cm dan ditempel secara *potrait* mengikuti lingkar botol. Pada bagian leher botol juga terdapat label yang berukuran 3x8 cm yang melingkar mengikuti kingkar leher botol & yang terakhir yaitu pada bagian tutup botol memiliki ukuran label cap 2,8cm.

III.3.2 Tata Letak *(Layout)*

Menurut Rustan (2010) Tata letak digunakan untuk mengatur sebuah desain agar terlihat lebih rapih dan tertata dan bisa mempermudah dalam membaca sebuah informasi. Layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung kosep atau pesan yang dibawanya.

Adapaun referensi tata letak dalam perancangan identitas Siroop Tjap Buah Tjampolay pada media kemasan adalah sebagai berikut :



Gambar III.1 Referensi Tata Letak
Sumber:http://www.supermetroemall.com/image/cache/data/Syrup/8998888110114-500x500.jpg (Diakses pada 10/06/2017)

Gambar referensi tata letak merupakan contoh Kemasan siroop yang ada di pasaran saat ini. kemasan tersebut menggunakan sistem tata letak yang cukup baik, sehingga informasi yang disampaikan tersusun secara sistematis. Adapun tata letak yang dibuat berdasarkan referensi adalah sebagai berikut:



Gambar III.2 Label Kemasan Varian Pisang Susu
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Layout yang digunakan yaitu rata tengah karena agar lebih mudah pada pembaca dan *eyecatching* . Pada bagian paling atas kemasan terdapat logo *badge* yang bertuliskan Siroop Tjap Buah Tjampolay, pada bagian bawah logo terdapat teks yang menunjukan Varian rasa dari Siroop Tjap Buah Tjampolay, pada bagian tengah label terdapat teks yang menujukan komposisi dari Siroop Tjap Buah Tjampolay & pada bagian paling bawah label terdapat 3 bagian yaitu kiri, tengah dan kanan.

Pada bagian kiri terdapat teks yang menunjukan kode registrasi produk dan kodebar dari produk, pada bagian tengah terdapat ilustrasi buah yang sesuai

dengan varianya masing-masing & yang terakhir yaitu pada bagian kanan terdapat logo halal, isi botol, informasi produsen dan alamat.

III.3.3 Tipografi

Menurut Sihombing (2001) Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif .

Pada bagian logo Siroop Tjap Buah Tjampolay menggunakan font Movavi Grotesque karena memiliki karakteristik yang tebal dan rapat menyesuaikan dengan *badge*.



Gambar III.3 Font Movavi Grosteque Pada Logo
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Pada bagian varian rasa Siroop Tjap Buah Tjampolay menggunakan Bentonsans Black karena memiliki karakteristik yang tebal, tegas & menimbulkan kesan elegan ketika kerningnya dilebarkan.



Gambar III.4 Font Bentonsans Black Pada Label Kemasan
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Pada bagian teks komposisi & isi dari komposisinya yaitu menggunakan Bebas Neue karena memiliki karakteristik yang tipis & menambah kesan simpel dan sederhana.



Gambar III.5 Font Bebas Neue Pada Label Kemasan
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Pada bagian teks Kini Hadir Kemasan Baru & Varian Mini ! yaitu menggunakan Berkshire Swash karena memiliki karakteristik yang tebal dan memiliki bentuk curly pada setiap ujung hurufnya, bertujuan untuk menyesuaikan & menyatukan dengan dekorasi motif Mega Mendung yang ada pada kemasan.



Gambar III.6 Font Berkshire Swash Pada Kemasan
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

III.3.4 Ilustrasi

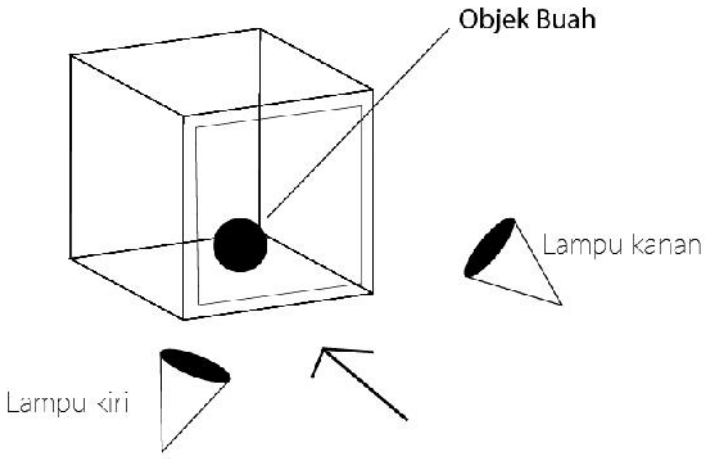
Menurut Santoso (2002), ilustrasi berasal dari kata Latin *illustre* yang artinya menerangkan. Ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, atau musik yang bertujuan untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah menggunakan teknik fotografi. Menurut Sulaiman (1982) Fotografi berasal dari kata foto dan grafi, foto artinya cahaya dan grafi artinya menulis jadi arti fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal

dengan menggambar dengan bantuan cahaya atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya. Karena berhubungan dengan varian rasa maka teknik yang dipilih yaitu fotografi.

Objek yang akan di foto adalah buah-buahan yang sesuai varian rasa yang terdapat pada Siroop Tjap Buah Tjampolay tersebut & menggunakan bantuan lightbox mini yang dibuat sendiri untuk membuat foto buah menjadi lebih menarik.



Gambar III.7 Referensi Fotografi Buah
Sumber: https://sleeklens.com/wp-content/uploads/2016/07/still-life-5.jpg
(Diakses pada 10/06/2017)



Gambar III.8 Tata Letak Pengambilan Foto Objek Buah
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Sudut pandang yang digunakan adalah Eye Level, atau yang biasa di sebut sudut pandang yang di ambil sejajar dengan objek.

Berikut adalah hasil foto buah yang telah di ambil menggunakan teknik tersebut.



Gambar III.9 Foto Biji Kopi Untuk Varian Coffe Mocca
Sumber: Dokumen pribadi (2017).



Gambar III.10 Foto Bunga Mawar Untuk Varian Frozen Rose
Sumber: Dokumen pribadi (2017).



Gambar III.11 Foto Jeruk Nipis Untuk Varian Jeruk Nipis
Sumber: Dokumen pribadi (2017).



Gambar III.12 Foto Mangga Gedong Untuk Varian Mangga Gedong
Sumber: Dokumen pribadi (2017).



Gambar III.13 Foto Pisang Untuk Varian Pisang Susu
Sumber: Dokumen pribadi (2017).



Gambar III.14 Foto Durian Untuk Varian Buah Durian
Sumber: Dokumen pribadi (2017).



Gambar III.15 Foto Susu Untuk Varian Pisang Susu
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

- **Logo**

Ilustrasi yang digunakan dalam logo Siroop Tjap Buah Tjampolay adalah menggunakan *logo badge* , logo seperti ini biasanya digunakan dalam produk-produk alcohol agar menambah kesan klasik pada sebuah produk.

Logo ini dipilih karena ingin menggabungkan antara kesan klasik dan modern menjadi satu kesatuan, jadi tidak menghilangkan kesan bahwa Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah sudah ada sejak lama, tetapi di sisi lain bahwa kemasan ini juga tidak ketinggalan jaman.



Gambar III.16 Referensi Logo Heineken
Sumber: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/id/6/61/Heinekenlogo.png
(Diakses pada 10/06/2017)

Gambar referensi logo merupakan contoh logo minuman beralkohol yang ada di Belanda sejak 1864, minuman tersebut sampai kini masih ada bahkan menjadi sponsor utama dari UEFA Champion League. Adapun logo yang dibuat berdasarkan referensi adalah sebagai berikut:



Gambar III.17 Logo Baru Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

A.Konsep Logo

Dari beberapa logo yang di buat, maka yang terpilih adalah logo di atas ini, logo tersebut terinspirasi dari logo Heineken, salah satu bir legendaris dari Belanda yang sudah ada sejak tahun 1864.

Dalam hal ini konsep referensi yang diambil bukan dari produk birnya tetapi dari kesan legendarisnya maka terbentuklah logo tersebut, karena Siroop Tjap Buah Tjampolay juga sudah ada sejak tahun 1936.



Gambar III.18 Konsep Logo Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Logo ini terbentuk dari bentuk dasar persegi panjang, karena ingin menunjukan stabilitas & kejujuran. Kotak adalah bentuk yang paling umum digunakan, hal ini disebabkan karena umumnya tulisan yang kita baca disusun dalam bentuk kotak dan persegi pandang, maka dari bentuk tersebut munculah kesan yang familiar & nyaman guna menambahkan kesan bahwa produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini ada & diterima di masyarakat umum.Pada finishing logo di bentuk Rounded Archs (lengkung bulat), karena ingin menimbulkan kesan kekokohan karena produk ini sudah ada sejak 1936.



Gambar III.19 Konsep Logo Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

B.Sistem Garida

Sistem Garida atau yang biasa lebih di kenal Grid System adalah salah satu panduan yang digunakan oleh seorang desainer dalam membuat sebuah desain, salah satunya yaitu dalam pembuatan logo. Sistem garida ini digunakan untuk menentukan ukuran sebuah logo agar tidak bisa di hak cipta oleh orang lain, sehingga desainer harus membuat sistem garida ini untuk membuat ukuran panduan yang nantinya bisa digunakan bahwa logo tersebut adalah original.



Gambar III.20 Sistem Garida Logo Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

C.Skala Perbandingan Logo

Skala dapat diartikan garis atau titik tanda yang berderet-berderet dan sebagainya yang sama jarak antaranya, dipakai untuk mengukur atau menentukan tingkatan atau banyaknya sesuatu. Dalam hal ini skala yang digunakan adalah untuk logo, fungsinya yaitu untuk menentukan perbandingan ukuran dari yang terbesar sampai dengan terkecil, ukuran ini adalah ukuran yang digunakan desainer sebagai acuan utama bahwa logo ini adalah original dan sebagai panduan .



Gambar III.21 Skala Perbandingan Logo Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

D.Penggunaan Logo Yang Diperbolehkan

Penggunaan logo yang di perbolehkan adalah tidak mengganggu keterbacaan dari logonya sendiri, berikut adalah penggunaan logo yang diperbolehkan karena tidak mengganggu keterbacaan.



Gambar III.22 Penggunaan Logo Yang Diperbolehkan
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

E.Penggunaan Logo Yang Tidak Diperbolehkan

Penggunaan logo yang tidak di perbolehkan dalam hal ini adalah, mengganggu keterbacaan logo dan tidak sesuai dengan aturan dari logo tersebut, berikut adalah pengaturan logo yang tidak diperbolehkan untuk digunakan.



Gambar III.23 Penggunaan Logo Yang Tidak Diperbolehkan
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

F.Positif & Negatif

Positif & Negatif adalah salah satu teori yang terdapat pada gestalt, teori gestalt adalah teori yang digunakan untuk membuat kesatuan di dalam sebuah desain. Berikut adalah bentuk positif & negatif dari logo Siroop Tjap Buah Tjampolay.

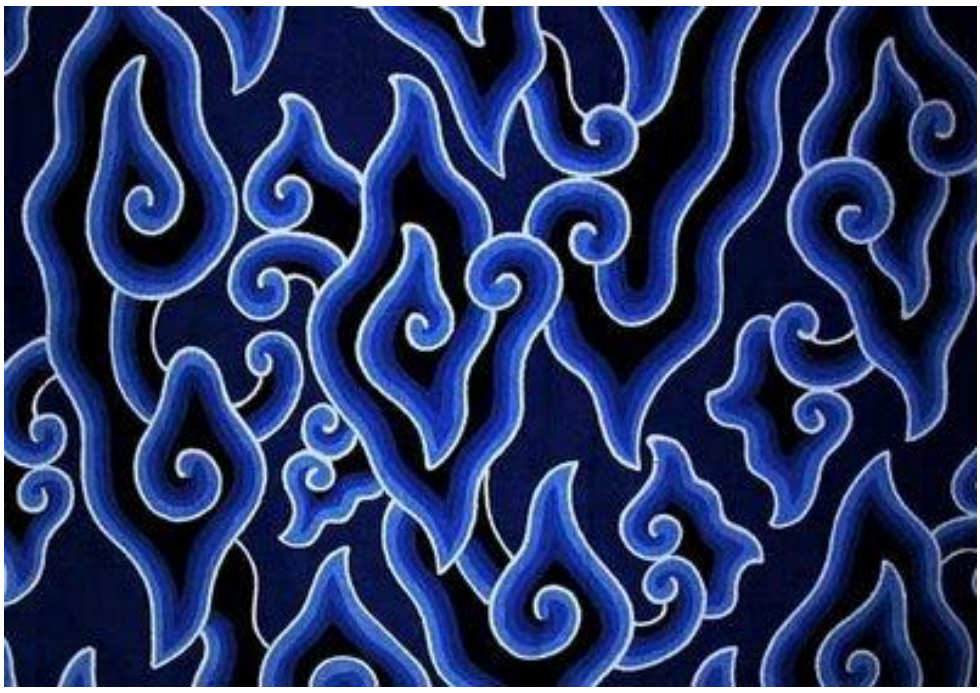


Gambar III.24 Logo Positif & Negatif
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

- **Latar**

Menurut Aminudin (2015) setting atau latar merupakan latar peristiwa dalam suatu tempat, waktu, maupun peristiwa, serta memiliki fungsi psikologis.

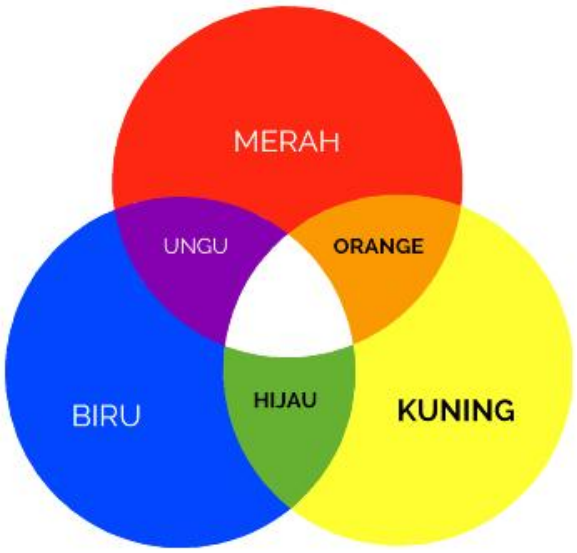
Pada kemasan siroop tjampolay ini latar yang digunakan adalah dari batik Mega Mendung yang bertujuan untuk menonjolkan kesan bahwa produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah produk khas Cirebon, karena batik Mega Mendung adalah batik asli khas dari kota Cirebon.



Gambar III.25 Referensi Batik Mega Mendung
Sumber: https://tsutisno.files.wordpress.com/2013/03/megamendung.jpg
(Diakses pada 10/06/2017)

III.3.5 Warna

Menurut Brewster (1831) Warna disederhanakan menjadi empat kelompok yaitu warna primer, sekunder, tersier dan warna netral.Tema warna yang digunakan dalam perancangan kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah menggunakan warna primer karena mengikuti warna dari buah-buahan yang terdapat pada varian Siroop Tjap Buah Tjampolay tersebut.



Gambar III.26 Referensi Warna Primer
Sumber: https://1.bp.blogspot.com/-hDKc3dSBq5A/V8BaVfn215I/AAAAAAAACRA/tHE7oYypkwkctefA_REzqlJ7vIfzUuD-wCLcB/s1600/warna-primer.png (Diakses pada 10/06/2017)

Warna yang digunakan dalam perancangan kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah merah, biru dan emas. Berikut adalah tema warna yang digunakan dalam perancangan kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay.



Gambar III.27 Tema Warna Kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Warna di bagi menjadi dua buah kategori, yaitu RGB dan CMYK. RGB adalah warna yang paling umum digunakan untuk digital, dimana memiliki warna primer merah *(Red),* hijau *(Green),* dan biru *(Blue).* CMYK adalah warna yang digunakan untuk media cetak, warna ini terbentuk dari 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:

-Merah

Warna merah dipilih karena ingin menujukan kesan kekuatan dan keberanian. Dalam hal ini kekuatan memiliki arti bahwa produk ini sudah memiliki kekuatan awal yaitu dari segi rasa yang sudah dipertahankan sejak tahun 1936 & keberanian dalam hal ini memiliki arti akan terus membuat produk inovatif terutama pada varian rasa, akan terus membuat varian yang baru meskipun persaingan pasar produk sejenis semakin banyak.

- Emas

Warna emas dipilih karena ingin menujukan kesan kesuksesan dan kemakmuran. Dalam hal ini kesuksesan memiliki arti bahwa yang di harapkan dari produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini akan terus jaya dan sukses dalam hal apapun seperti penjualan dan pemasaranya . Kemakmuran dalam hal ini memiliki arti bahwa yang di harapkan adalah semua yang berhubungan dengan Siroop Tjap Buah Tjampolay ini bisa memiliki kehidupan yang makmur.

- Biru

Warna biru dalam hal ini memiliki kesan kejujuran dan kepercayaan. Kejujuran dalam hal ini memiliki arti bahwa Siroop Tjap Buah Tjampolay ini adalah produk yang menggunakan bahan-bahan yang aman dan 100% menggunakan gula asli, karena sudah dipertahankan sejak dahulu kala.

Kepercayaan dalam hal ini memiliki arti bahwa produk Siroop Tjap Buah Tjampolay ini akan selalu menjaga kualitas dari produk, mulai dari pengemasan sampai dengan rasa, agar konsumen tetap memilih produk Siroop Tjap Buah Tjampolay.

Warna yang digunakan pada label kemasan pada setiap varian rasa Siroop Tjap Buah Tjampolay juga berbeda-beda sesuai dengan varian rasa Siroop Tjap Buah Tjampolay



Gambar III.28 Warna Setiap Varian Siroop Tjap Buah Tjampolay
Sumber: Dokumen pribadi (2017).

Berikut adalah pembagian warna yang digunakan pada label kemasan Siroop Tjap Buah Tjampolay :

-Mangga Gedong

Warna yang digunakan untuk kemasan varian mangga gedong adalah warna orange, warna tersebut di ambil dari buah mangga gedong yang sudah kuning kemerah-merahan.

-Coffe Mocca

Warna yang digunakan untuk kemasan varian coffe mocca adalah coklat, warna tersebut di ambil dari warna biji kopi yang coklat kehitam-hitaman.

-Pisang Susu

Berbeda dengan varian rasa lainnya kemasan varian pisang susu ini menggunakan warna merah tua karena di ambil dari warna siroopnya sendiri, warna ini bisa dibilang warna yang paling istimewa karena varian pisang susu ini adalah varian yang paling populer di masyarakat.

-Durian

Warna yang digunakan untuk kemasan varian durian adalah kuning, warna tersebut di ambil dari warna buah durian yang sudah matang.

-Frozen Rose

Warna yang digunakan untuk kemasan varian frozen rose adalah pink, warna tersebut di ambil dari warna bunga mawar yaitu merah muda.

-Jeruk Nipis

Warna yang digunakan untuk varian kemasan jeruk nipis adalah hijau, warna tersebut di ambil dari buah jeruk nipis.