BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Dalam merancang sesuatu, perlu adanya strategi yang tepat dan konsep yang sesuai. Ada beberapa poin penting yang harus ditentukan sebelum melakukan proses perancangan yang nantinya akan menjadi solusi bagi suatu permasalahan. Diantaranya penentuan khalayak sasaran, pendekatan komunikasi, *mandatory*, pesan yang akan disampaikan, gaya bahasa, strategi kreatif, media, dan distribusi, serta konsep visual. Berikut uraian strategi perancangan dan konsep desain untuk Liwet Instan 1001.

III.1 Khalayak Sasaran

Sebelum merancang, pertama harus diketahui terlebih dahulu siapa yang menjadi khalayak sasaran dalam perancangan ini. Masyarakat memiliki perbedaan kebutuhan, karakteristik, ataupun perilaku sehingga untuk menjadikan keseluruhan masyarakat sebagai sasaran akan sulit. Maka dari itu, perlu dilakukan pembagian masyarakat kedalam kelompok tertentu yang terdiri dari masyarakat yang memiliki kebutuhan, keinginan, ataupun karakteristik yang hampir sama untuk dijadikan khalayak sasaran.

Umumnya untuk mengelompokkan khalayak tertentu dilakukan dengan melalui pendekatan demografis, geografis, dan psikografis. Masyarakat yang menjadi khalayak sasaran produk Liwet Instan 1001 adalah:

1. Demografis

   Data-data demografis adalah data yang lebih mudah diukur seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan lain sebagainya. Berikut adalah data demografis khalayak sasaran produk Liwet Instan 1001.

Usia	: 23 – 27 Tahun / Dewasa Awal
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Pendidikan	: SMA hingga Perguruan Tinggi
Status Ekonomi	: Menengah ke Atas

Menurut Havighurst, seperti dikutip Harsanti dan Maulana (2015) “tugas perkembangan dewasa awal adalah menikah atau membangun suatu keluarga, mengelola rumah tangga, mendidik atau mengasuh anak, memikul tangung jawab sebagai warga negara, membuat hubungan dengan suatu kelompok sosial tertentu, dan melakukan suatu pekerjaan”. Produk Liwet Instan 1001 merupakan produk yang satu *pack*-nya dapat dikonsumsi oleh beberapa orang. Maka dari itu, masyarakat dalam kategori ini cocok untuk dijadikan sebagai khalayak sasaran.

2. Geografis

   Pada segmentasi geografis, masyarakat dibagi menurut tempat. Orang yang tinggal atau menempati tempat yang sama cenderung memiliki kebutuhan yang sama pula. Berikut adalah data geografis masyarakat yang menjadi khalayak sasaran produk Liwet Instan 1001.

   Wilayah : Sub Urban, Garut.
   Primer : Masyarakat Luar Kabupaten Garut
   Sekunder : Masyarakat Kabupaten Garut
   Iklim : Tropis
   Topografi : Orang-orang Perkotaan

   Masyarakat yang mengunjungi kabupaten Garut umumnya memiliki tujuan yang sama yaitu mengisi liburan atau sekedar *refreshing* untuk menikmati keindahan alam. Selain itu, masyarakat yang berasal dari luar kabupaten Garut dipilih karena produk Liwet Instan 1001 merupakan produk yang dapat dijadikan oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masyarakat tersebut.

3. Psikografis

   Segmentasi psikografis ditentukan melalui analisis gaya hidup. Berikut adalah data psikografis masyarakat yang menjadi khalayak sasaran produk Liwet Instan 1001.

   Gaya Hidup : Masyarakat yang memiliki rutinitas tertentu dan ingin

mengisi waktu luang atau liburannya dengan bepergian ke tempat yang lebih tenang atau masyarakat yang memiliki hobi *travelling.*

Kepribadian : Senang bersosialisasi dan memiliki banyak teman atau kerabat.

4. *Consumer Insight*

Consumer Insight merupakan latar belakang perbuatan, pemikiran, dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk. Hasil dari *consumer insight* dapat digunakan untuk mengetahui *point of interest* khalayak sasaran. *Consumer insight* produk Liwet Instan 1001 menurut pembagian khalayak sasaran yang telah diuraikan sebelumnya adalah:

Menginginkan ketenangan hidup dan terhindar dari *stress* yang disebabkan oleh rutinitas yang dilakukan.

5. *Consumer Journey*

Consumer journey adalah rangkaian kegiatan konsumen dari mulai bangun tidur hingga kembali tidur. Berikut adalah *consumer journey* dari masyarakat luar kabupaten Garut selama mengunjungi kabupaten Garut.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

No.	Waktu	Kegiatan	Titik
1	05.00 – 06.00	Bangun tidur, ibadah	Kamar, jam, mushola, bantal, selimut, air minum, peralatan sholat, toilet, peralatan mandi.
2	06.00 – 07.00	Mandi dan siap-siap	Toilet, peralatan mandi, lemari, handuk

3	07.00 – 08.00	Sarapan di hotel/penginapan	Meja, kursi, menu makanan, peralatan makan
4	08.00 – 09.00	Perjalanan menuju tempat wisata	Jalan raya, mobil, angkot, spanduk, baliho, suasanan di jalan raya
5	09.00 – 12.00	Bermain atau menikmati suasana di tempat wisata	Pemandangan, tiket masuk, loket, spanduk, permainan di tempat wisata
6	12.00 – 13.00	Makan siang di restoran khas Sunda	Meja, kursi, menu makanan, peralatan makan
7	13.00 – 14.00	Perjalanan menuju tempat wisata lainnya	Jalan raya, mobil, angkot, spanduk, baliho, suasanan di jalan raya
8	14.00 – 16.00	Bermain atau menikmati suasana di tempat wisata	Pemandangan, tiket masuk, loket, spanduk, permainan di tempat wisata
9	16.00 – 17.00	Perjalanan kembali ke hotel/penginapan	Jalan raya, mobil, angkot, spanduk, baliho, suasanan di jalan raya
10	17.00 – 19.00	Mandi, ibadah, istirahat	Kamar, jam, mushola, bantal, selimut, air minum, peralatan

			sholat, toilet, peralatan mandi.
11	19.00 – 21.00	Makan malam sambil nongkrong	Meja, kursi, menu makanan, peralatan makan
12	21.00 – 05.00	Istirahat/tidur	Kamar, bantal, selimut, jam, lampu
13	05.00 – 06.00	Bangun tidur, ibadah	Kamar, jam, mushola, bantal, selimut, air minum, peralatan sholat, toilet, peralatan mandi.
14	06.00 – 07.00	Mandi, siap-siap	Toilet, peralatan mandi, lemari, handuk
15	07.00 – 08.00	Sarapan di hotel/penginapan	Meja, kursi, menu makanan, peralatan makan
16	08.00 – 08.30	Memulai perjalanan pulang	Jalan raya, mobil, angkot, spanduk, baliho, suasanan di jalan raya
17	08.30 – 09.00	Mengunjungi toko oleh-oleh	Rak display, produk-produk oleh-oleh, kasir, spanduk.
18	09.00	Perjalanan pulang menuju kota asal	Jalan raya, mobil, angkot, spanduk, baliho, suasanan di jalan raya

III.2 Strategi Perancangan

Setelah mengetahui seperti apa karakter khalayak sasaran, selanjutnya dapat ditentukan strategi perancangan. Menurut Rangkuti seperti dikutip situs pelajaran.co.id (2017) “strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan”. Tujuan perancangan ini adalah untuk mempersuasi khalayak sasaran agar mau membeli produk Liwet Instan 1001 dan menjadikannya sebagai oleh-oleh dari kabupaten Garut. Adapun strategi yang akan dilakukan adalah perancangan ulang desain kemasan Liwet Instan 1001 dengan bentuk yang unik dan visual-visual yang dapat menggambarkan bahwa Liwet Instan 1001 merupakan produk yang dapat dijadikan oleh-oleh dari kabupaten Garut. Melalui strategi perancangan ini diharapkan produk Liwet Instan 1001 dapat menjadi produk yang dipilih oleh masyarakat sebagai oleh-oleh khas dari kabupaten Garut. Adapun strategi perancangan tersebut meliputi beberapa hal yaitu:

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ulang kemasan Liwet Instan 1001 adalah mengkomunikasikan bahwa Liwet Instan 1001 adalah nasi liwet instan yang memudahkan masyarakat dalam membuat nasi liwet Sunda karena proses memasaknya yang instan dan tidak memerlukan waktu yang lama dan Liwet Instan 1001 merupakan produk yang berasal dari kabupaten Garut yang dapat dijadikan oleh-oleh.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Perlu adanya pendekatan komunikasi yang baik dalam perancangan ulang kemasan Liwet Instan 1001 agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dengan mudah oleh khalayak sasaran. Pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah menyampaikan bahwa Liwet Instan 1001 adalah produk yang berasal dari kabupaten Garut yang dapat memudahkan konsumen dalam memasak nasi liwet Sunda. Pendekatan komunikasi ini disampaikan melalui dua pendekatan yaitu:

- Pendekatan Visual

  Secara visual, pendekatan yang dilakukan adalah dengan melalui ilustrasi vektor . Ilustrasi vektor dengan warna menarik digunakan agar memberikan kesan yang lebih baru dan berbeda dengan produk liwet instan lainnya yang kebanyakan menggunakan ilustrasi berupa foto. Visual yang digunakan nantinya akan menampilkan hal-hal yang dapat mendukung konsumen untuk langsung mengetahui bahwa kemasan tersebut merupakan kemasan Liwet Instan 1001. Karena ditujukan untuk khalayak dewasa awal, maka tampilan visual kemasan menggunakan ilustrasi vektor semirealis seperti gaya ilustrasi pada tahun 1930-an. Gaya tersebut dipilih untuk menggambarkan kesan tradisional, selain itu gaya tersebut lebih cocok jika dibandingkan dengan menggunakan gaya kartun yang terkesan untuk anak-anak. Warna yang digunakan didominasi oleh warna putih untuk menarik perhatian konsumen dan untuk membedakan dengan kemasan produk lainnya karena di sebuah toko oleh-oleh terdapat produk lainnya yang kebanyakan memiliki warna yang serupa. Ditampilkan pula pola daun pisang di bagian tertentu pada kemasan. Daun pisang merupakan daun yang menjadi pengganti piring saat kegiatan *ngaliwet* dilakukan. Selain itu kemasan juga akan menampilkan hal yang berkaitan atau hal yang khas dari kota Garut. Untuk membedakan satu varian dengan varian lainnya akan digunakan warna yang berbeda. Dari segi bentuk pun dibuat seunik mungkin agar nantinya dapat menarik perhatian dan minat pembeli

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal adalah pendekatan melalui kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Terdapat dua unsur dalam komunikasi verbal, yaitu bahasa dan kata. “Bahasa adalah system lambang yang memungkinkan orang berbagi makna dengan orang lain sedangkan kata adalah unit terkecil dalam bahasa*”* (Wibowo, 2013).

Bahasa yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah bahasa Indonesia nonformal dan dengan menggunakan sedikit bahasa daerah Sunda agar khalayak sasaran merasa bahwa produk Liwet Instan 1001 yang berasal dari Garut ini memang diperuntukkan bagi mereka. Selain itu bahasa nonformal juga lebih sering digunakan dalam keseharian khalayak sasaran sehingga dapat membangun perasaan akrab atau dekat dengan produk Liwet Instan 1001.Secara verbal, pendekatan yang dilakukan adalah dengan mencantumkan informasi-informasi penting atau utama pada kemasan, dicantumkan pula informasi menarik seputar kabupaten Garut agar lebih meyakinkan konsumen bahwa produk Liwet Instan 1001 memang berasal dari Garut. Selain itu akan digunakan pula *tagline* sebagai pendukung untuk menarik perhatian khalayak sasaran.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah lembaga yang menjadi penyelenggara baik penyelenggara utama maupun yang menjadi sponsor. *Mandatory* untuk perancangan ulang kemasan Liwet Instan 1001 tidak lain adalah produsennya sendiri yaitu CV. Seribusatu yang terletak di kecamatan Samarang, Garut.

III.2.4 Materi Pesan

Berikut adalah beberapa materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan ulang kemasan Liwet Instan 1001:

1. Visual-visual yang menarik yang dapat mencitrakan produk Liwet Instan 1001 sebagai produk khas dari kabupaten Garut.
2. *Tagline* yang menyatakan bahwa kini membuat nasi liwet bisa dilakukan dengan mudah dan cepat.
3. Pencantuman informasi-informasi penting seperti berat bersih, keterangan varian, produsen beserta alamatnya, komposisi, cara penyajian, kandungan nutrisi, penjelasan mengenai produk, dan pelabelan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Tarigan seperti dikutip situs infodanpengertian.blogspot.co.id (2016), "Gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara atau menulis untuk meyakinkan orang-orang yang mendengar, menyimak, atau membaca." Seperti yang disinggung dalam pendekatan verbal, akan digunakan *tagline* sebagai pendukung untuk meyakinkan khalayak sasaran. *Tagline* yang digunakan nantinya akan menggunakan gaya bahasa Asonansi. Asonansi adalah gaya bahasa berupa perulangan bunyi vokal yang sama. Penggunaan gaya bahasa asonansi bertujuan agar kalimat *tagline* dapat dengan mudah diingat oleh khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah cara kreatif yang didapatkan setelah merumuskan berbagai informasi mengenai produk. Dilihat dari perkembangan Liwet Instan 1001 sebagai oleh-oleh, secara visual kemasannya belum menampilkan atau menunjukkan bahwa Liwet Instan 1001 adalah produk khas dari kabupaten Garut meskipun di logo produsen tercantum tulisan "Beras Garut". Maka dari itu diperlukan perbaikan agar produk Liwet Instan 1001 dapat menjadi opsi bagi khalayak sasaran dalam memilih oleh-oleh yang akan dibawa pulang. Berikut akan dijelaskan strategi kreatif yang meliputi:

- *Copywriting*

  Copywriting adalah teks atau naskah iklan yang fungsinya adalah agar orang melihat, melirik, membeli, atau untuk menginformasikan atau mengingatkan orang terhadap produk. Umumnya naskah iklan terdiri dari *headline*, sub-*headline*, naskah isi, dan slogan.

  - *Headline* : Liwet Instan 1001
  - Sub-*headline* : Oleh-oleh Asli dari Garut
  - Naskah isi :

Liwet Instan 1001 menggunakan beras Garut pilihan yang dihasilkan melalui 3 (tiga) kali proses penggilingan dan penyaringan sehingga menjadikan beras ini praktis tanpa harus melakukan lagi pencucian dengan tetap menjaga kualitasnya.

Liwet Instan 1001 terbuat dari berbagai bahan alami sehingga menghasilkan nasi liwet yang pulen dengan aroma yang menggugah selera makan sekaligus memanjakan lidah penikmat nasi liwet.

- Slogan : *Ngaliwet cepet, gak pake ribet!*

Untuk kemasan, *copywriting* juga berperan dalam menyusun konten informasi yang dicantumkan di kemasan. Berikut adalah *copywriting* dalam penyusunan konten informasi Liwet Instan 1001:

1. Nama Produk

   Nama produk Liwet Instan 1001 dicantumkan dengan menggunakan logo perusahaan yaitu 1001 yang diikuti tulisan Liwet Instan.
2. Kalimat Pendukung

   Kalimat pendukung yang digunakan adalah “Oleh-oleh Asli dari Garut” dan “Lengkap dengan bumbu dan rempah-rempah. 100% Natural.”
3. Keterangan Berat Bersih Produk

   Keterangan berat bersih dicantumkan melalui kalimat “Net Weight 250gr” dan “Net Weight 500gr”.
4. Informasi Nutrisi

   Keterangan informasi nutrisi atau informasi nilai gizi dicantumkan dalam bentuk tabel.
5. Komposisi

   Komposisi dicantumkan seperti komposisi pada kemasan umumnya.

- Komposisi untuk rasa Original:

  Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, Lengkuas.

- Komposisi untuk rasa Petai:

  Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, Lengkuas, Petai.
- Komposisi untuk rasa Jengkol:

  Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, Lengkuas, Jengkol.
- Komposisi untuk rasa Jambal:

  Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, Lengkuas, Jambal Kering.
- Komposisi untuk rasa Cumi-cumi:

  Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, Lengkuas, Cumi Kering.
- Komposisi untuk rasa Teri:

  Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, Lengkuas, Teri.
- Komposisi untuk rasa Pedas:

  Beras, Bumbu (Garam, Gula, Bawang Putih, Bawang Merah, Ekstrak Protein Kedelai, Lada), Bawang Merah, Daun Salam, Serai, Lengkuas, Bubuk Cabai.

6. Cara Penyajian

   Cara penyajian disampaikan menggunakan ikon dan keterangan yang diuraikan ke dalam 4 langkah.

   1. Masukkan beras dan bahan-bahan pelengkap lainnya ke dalam alumunium pan.

   2. Tambahkan 600ml atau 3 gelas air.

   3. Aduk semua bahan dalam alumunium pan sampai bumbunya larut dan merata.

   4. Masak dengan menggunakan rice-cooker hingga matang, kurang lebih 15 menit.

7. Informasi Produsen

   Informasi produsen yang dicantumkan hanya nama perusahaan, kota, negaara, dan website.

   “Diproduksi oleh:

   CV. Seribu Satu

   Garut – Indonesia

   www.liwet1001.com”

8. Tanggal Kedaluwarsa

   Tanggal kedaluwarsa dicantumkan dengan format EXP.Tanggal.Bulan.Tahun.

9. Informasi Produk

   Liwet Instan 1001 menggunakan beras Garut pilihan yang dihasilkan melalui 3 (tiga) kali proses penggilingan dan penyaringan sehingga menjadikan beras ini praktis tanpa harus melakukan lagi pencucian dengan tetap menjaga kualitasnya.

   Liwet Instan 1001 terbuat dari berbagai bahan alami sehingga menghasilkan nasi liwet yang pulen dengan aroma yang menggugah selera makan sekaligus memanjakan lidah penikmat nasi liwet.

- Visualisasi

  Secara visual, kemasan Liwet Instan 1001 akan dirancang ulang dengan menggunakan warna-warna *earth tone* untuk memberikan kesan natural. Selain itu akan digunakan pula pola yang menyerupai motif batik Garutan yaitu motif Sisik Naga. Ada pula yang menyebut motif batik ini dengan sebutan motif Tanam Padi seperti dikutip dari situs kwikku (2016), “batik ini seakan menggambarkan keadaan manusia pada saat menanam padi. Ciri batik ini sangat mudah dikenali dari adanya corak padi yang berada diperempatan garis simetris*”.* Mengacu pada penjelasan tersebut, maka motif ini digunakan karena berkaitan dengan bahan utama produk yang berasal dari tanaman padi yaitu beras.

Pola utama yang diambil adalah pola garis-garis diagonal yang membentuk bidang belah ketupat. Nantinya akan disisipkan ilustrasi rempah-rempah atau bumbu yang menjadi pemberi aroma dan rasa yang khas pada nasi liwet seperti daun salam, lengkuas, daun serai, dan bawang merah.



Gambar III.1 Batik Garutan Motif Sisik Naga
Sumber: https://s2.bukalapak.com/img/714018695/m-1000-1000/image.jpg

Selain menggunakan motif tersebut, digunakan juga pola daun pisang untuk menekankan bahwa produk Liwet Instan 1001 adalah produk makanan tradisional yang dikemas secara modern.

III.2.7 Strategi Media

- **Media Utama**

  Media utama yang akan dibuat adalah kemasan sekunder yang berupa *box* karton Liwet Instan 1001. Kemasan yang akan dibuat terdiri dari 2 jenis yaitu kemasan 250 gram dan kemasan 500 gram. Tiap jenis kemasan memiliki varian rasa yang berbeda, untuk kemasan 250 gram terdapat 7 (tujuh) varian yaitu Original, Jambal, Teri, Petai, Jengkol, Cumi, dan Pedas sedangkan untuk kemasan 500 gram hanya terdiri dari 6 (enam) varian. Varian Pedas tidak terdapat pada produk

yang beratnya 500 gram. Jadi total kemasan yang dibuat terdapat 13 (tigabelas) desain.

- **Media Pendukung**

  Media pendukung merupakan media tambahan yang digunakan untuk menunjang media utama agar pesan dapat disampaikan dengan lebih efektif. Media pendukung untuk Liwet Instan 1001 dibagi kedalam dua jenis yaitu media promosi dan media *merchandise*. Media promosi terdiri dari:

  1. Spanduk

     Spanduk adalah media informasi berukuran cukup besar yang terbuat dari kain dan bentuknya memanjang secara horizontal. Spanduk juga dapat dijadikan sebagai media promosi karena dapat menarik perhatian khalayak sasaran serta dapat membantu produk Liwet Instan 1001 agar lebih diketahui oleh masyarakat. Spanduk akan dipasang di toko oleh-oleh yang tersebar di Garut untuk menandakan bahwa produk Liwet Instan 1001 tersedia di toko tersebut.

  2. Nota Transaksi

     Nota Transaksi adalah kertas berukuran kecil yang berisi data mengenai transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli.

  3. X-Banner

     X-Banner merupakan media penyampai informasi yang berbentuk persegi panjang vertikal dengan penyangga berbentuk huruf X sehingga *X-Banner* dapat diberdirikan. CV.Seribusatu kerap mengikuti kegiatan pameran-pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah, *X-Banner* dapat digunakan untuk menarik perhatian khalayak dan memberikan informasi singkat mengenai produk Liwet Instan 1001.

  4. Stiker/gambar untuk Mobil *Box* Operasional

     Mobil *box* operasional adalah mobil yang digunakan untuk mengantarkan atau mendistribusikan produk. Mobil *box* yang sudah ditempelkan informasi mengenai Liwet Instan 1001 dapat menjadi media pendukung untuk mempromosikan produk Liwet Instan 1001 karena keberadaannya yang

berpindah-pindah dapat memberikan informasi kepada siapapun yang berada disekitar mobil operasional tersebut.

5. Rak *Display*

   Rak *display* adalah rak yang digunakan untuk memajang produk di sebuah toko. Jika rak *display* dibuat unik, maka konsumen yang mengunjungi toko tersebut akan tertarik untuk menghampiri rak display yang berisi produk-produk Liwet Instan 1001.

6. Segel Kemasan

   Segel kemasan digunakan untuk melindungi bagian penutup kemasan agar tidak mudah terbuka.

Adapun media *merchandise* yaitu media yang didistribusikan dengan cara dijual atau kalaupun tidak dijual, terdapat syarat tertentu untuk mendapatkannya. Berikut adalah *merchandise* yang akan digunakan sebagai media pendukung kemasan Liwet Instan 1001.

1. Kemasan pengiriman jarak jauh

   Kemasan ini merupakan kemasan yang terbuat dari kardus yang dapat memuat 2 lusin kemasan utama yang digunakan dalam pendistribusian produk Liwet Instan 1001.

2. *Paperbag*

   Selain dapat mewadahi produk dan memudahkan konsumen dalam membawa produk Liwet Instan 1001, *paperbag* juga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan produk melalui konsumen

3. Kalender

   Kalender merupakan media yang menginformasikan penanggalan dalam kurun waktu satu tahun. Kalender dapat dibagikan kepada toko oleh-oleh atau *reseller* yang menjadi mitra penjualan produk Liwet Instan 1001. Meskipun tidak ditujukan kepada khalayak sasaran, kalender yang dibagikan kepada mitra penjualan produk Liwet Instan 1001 diharapkan dapat meningkatkan loyalitas mereka untuk tetap menjual produk Liwet Instan 1001.

4. *Boardgame* – Ular Tangga

   Ular Tangga adalah permainan yang harus dimainkan oleh dua orang atau lebih. Karena ngaliwet adalah kegiatan makan-makan yang dilakukan sekelompok orang, maka boardgame cocok dijadikan sebagai merchandise bagi produk Liwet Instan 1001.

5. Permainan kartu - Domino

   Domino adalah kartu yang umumnya bergambar lingkaran-lingkaran dengan jumlah tertentu dan memiliki batas di bagian tengahnya. Jumlah lingkaran minimal adalah nol dan maksimal adalah enam dalam satu sisi. Untuk memainkannya diperlukan lebih dari dua orang. Karena ngaliwet adalah kegiatan makan-makan yang dilakukan sekelompok orang, maka permainan kartu juga cocok dijadikan sebagai merchandise untuk produk Liwet Instan 1001.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Agar dapat sampai ke tangan konsumen, media-media tersebut baik media utama maupun media pendukung tentu perlu didistribusikan. Dalam pendistribusiannya terdapat strategi yang meliputi waktu, tempat dan mekanisme distribusi. Berikut adalah tabel strategi distribusi media produk Liwet Instan 1001.

Tabel III.2 Strategi Distribusi Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi

No	Media	Waktu (Bulan)												Tempat	Mekanisme Distribusi
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Media utama : Kemasan Liwet Instan 1001													*Offline:* Outlet Seribu Satu, Toko Oleh-Oleh, Toko Oleh-oleh mobile,	Didistribusikan kepada penjual atau toko oleh-oleh.

													Reseller Online: Melalui *website* www.liwet1001.com atau melalui media social	*Online:* Melalui pembelian yang dilakukan melalui website atau media sosial
Media Pendukung (Promosi)														
1	Spanduk												*Offline:* Toko oleh-oleh, outlet Seribu Satu,	Dibagikan ke toko-toko oleh-oleh yang menjual Liwet instan 1001
2	Nota Transaksi												*Offline:* Outlet 1001 atau Sales Resmi 1001	Diberikan saat transaksi Liwet Instan 1001
3	X-Banner												*Offline:* Acara/ Pameran Toko oleh-oleh	Dibagikan ke toko-toko oleh-oleh yang menjual Liwet instan 1001

4	Stiker mobil *box* operasional												*Offline:* kendaraan operasional Seribu Satu	Ditempelkan di mobil-mobil operasional Seribu Satu
5	Rak *Display*												*Offline:* Outlet yang menyediakan produk Liwet Instan 1001	Khusus bagi outlet-outlet 1001 dan toko yang membeli liwet instan 1001 dengan jumlah tertentu
6	Segel Kemasan												Melalui pembelian produk Liwet Instan 1001 baik secara *online* maupun *offline*	Melalui pembelian produk Liwet Instan 1001 baik secara *online* maupun *offline*
Media Pendukung (Merchandise)														
1	Kemasan												*Offline:*	Digunakan

	pengiriman jarak jauh													Di toko-toko dan outlet yang menyediakan produk Liwet Instan 1001	ketika konsumen atau reseller membeli Liwet Instan sebanyak 12 buah atau kelipatannya
2	Paperbag													*Offline:* Toko oleh-oleh, outlet 1001	Untuk setiap pembelian minimal 1 buah produk Liwet Instan 1001
3	Kalender Dinding													*Offline:* Toko oleh-oleh yang menyediakan produk Liwet Instan 1001 dan *reseller*	Dibagikan kepada reseller dengan ketentuan sudah bermitra lebih dari 6 bulan
4	*Boardgame* Ular Tangga													*Offline:* Toko oleh-oleh yang	Dengan membeli paket yang

													menyediakan produk Liwet Instan 1001 dan *reseller* *Online:* Melalui website, media social	berisi 6 produk Liwet Instan1001 kemasan 250gr
5	Permain an kartu												*Offline:* Toko oleh-oleh dan reseller *Online:* Melalui website, media sosial	Dengan membeli paket yang berisi 6 produk Liwet Instan 1001 kemasan 500gr

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang akan digunakan dalam merancang ulang kemasan Liwet Instan 1001 meliputi format desain, tata letak atau *layout,* tipografi, ilustrasi, dan warna. Konsep tersebut akan dipaparkan satu per satu di bawah ini.

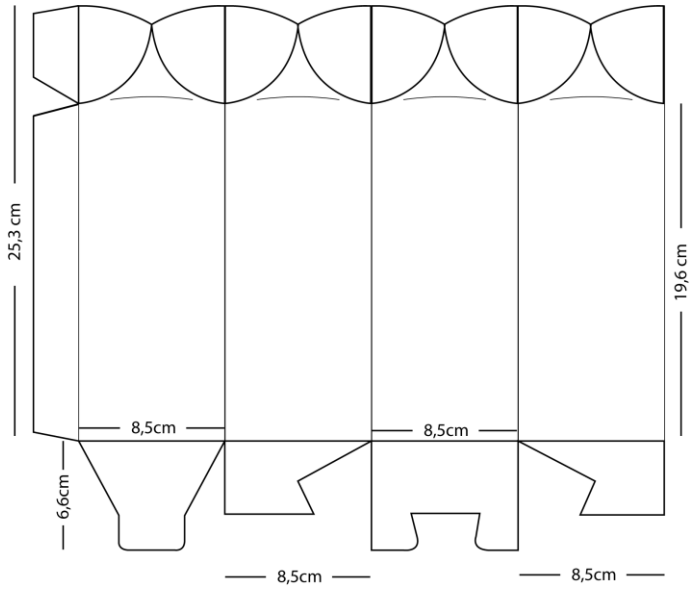
III.3.1 Format Desain

Format desain kemasan Liwet Instan 1001 dibuat berbeda dengan kemasan sebelumnya agar lebih memberikan kesan baru dan unik. Bentuk kemasan untuk ukuran 500 gram berbeda dengan ukuran 250 gram.

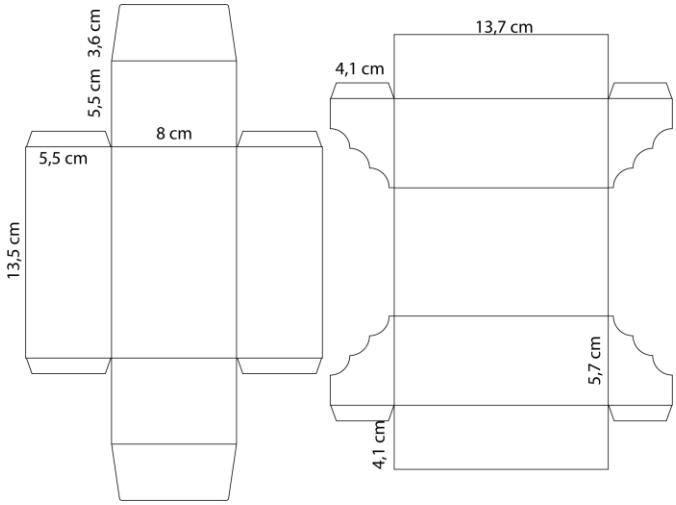
Untuk kemasan ukuran 250 gram terdapat dua bagian yaitu bagian dalam yang berisi informasi mengenai cara penyajian, komposisi, *barcode,* informasi produsen, ucapan terimakasih atas pembelian produk Liwet Instan 1001 sedangkan bagian luar berisi

informasi mengenai nama produk, berat bersih, label halal, nomor perizinan, informasi produk, aturan penyimpanan, komposisi, dan informasi nilai gizi.

Untuk kemasan ukuran 500 gram dibuat dengan bentuk bagian atas menyerupai daun. Karena hanya terdiri dari satu bagian, informasi-informasi mengenai produk dicantumkan di ke empat sisi kemasan.



Gambar III.2 Pola Desain Kemasan 500gr
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar III.3 Format Desain Kemasan 250gr
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.2 Tata Letak (*Layout)*

Menurut Hendratman (2015) *"*layout atau tata letak adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dan lain-lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, dan menarik*"* (h.197). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tata letak adalah pengaturan komposisi unsur-unsur grafis dalam sebuah bentuk karya desain.

Kemasan 500 gram menggunakan jenis *Vertical Panel Layout* yang merupakan desain yang ukurannya memanjang ke bawah atau vertikal dan menggunakan teknik perataan *Align - vertical*. Di bagian depan kemasan secara berurutan dari atas ke bawah dicantumkan logo Seribu Satu, nama produk "Liwet Instan", kalimat pendukung "Oleh-oleh Asli dari Garut", ilustrasi nasi liwet, kalimat pendukung "Lengkap dengan Bumbu dan Rempah-rempah, 100% Natural", varian rasa, label halal, berat bersih, dan nomor perizinan.

Di bagian sisi kanan kemasan secara berurutan dari atas ke bawah dicantumkan logo Seribu Satu, nama produk "Liwet Instan", tulisan "Cara Penyajian", lalu dilanjutkan dengan empat langkah cara penyajian Liwet Instan 1001. Di bagian sisi kiri kemasan dicantumkan secara berurutan dari atas ke bawah, logo Seribu Satu, nama produk "Liwet Instan", komposisi, informasi nilai gizi, aturan penyimpanan, informasi tanggal kedaluwarsa, ikon "buanglah sampah pada tempatnya", informasi produsen, logo 100% Indonesia, dan *barcode.*

Di bagian belakang kemasan dicantumkan secara berurutan dari atas ke bawah, logo Seribu Satu, nama produk "Liwet Instan", informasi produk, dan ilustrasi tiga orang yang sedang *ngaliwet* dengan latar belakang pemandangan sawah dan pegunungan.

Kemasan 250 gram menggunakan jenis *Horizontal Panel Layout* yang ukurannya memanjang ke samping atau *horizontal* dan menggunakan teknik perataan *align - horizontal*. Pada sisi depan kemasan dibagi menjadi dua kolom. Di bagian kiri

terdapat logo Seribu Satu, nama produk “Liwet Instan”, kalimat pendukung “Oleh-oleh Asli dari Garut” dan “Lengkap dengan Bumbu dan Rempah-rempah, 100% Natural”, serta label halal. Sementara itu di bagian kanannya terdapat ilustrasi nasi liwet lengkap dengan kastrolnya di atas daun pisang, di bawah ilustrasi dicantumkan varian rasa, lalu berat bersih, dan nomor perizinan.

Di sisi kanan kemasan dicantumkan logo “Seribu Satu”, nama produk “Liwet Instan”, informasi produsen, informasi bahwa cara penyajian tercantum di kemasan bagian dalam, serta ikon “buanglah sampah pada tempatnya”. Di sisi kiri kemasan dicantumkan logo Seribu Satu, nama produk “Liwet Instan”, tanggal kedaluwarsa, logo 100% Indonesia, dan *barcode.*

Di sisi belakang kemasan juga terbagi kedalam dua kolom, di bagian tengah atas diawali dengan logo Seribu Satu dan nama produk “Liwet Instan”, kemudian di bagian kiri terdapat informasi mengenai produk dan aturan penyimpanan. Di bagian kanan terdapat komposisi dan informasi nilai gizi.

Di bagian dalam kemasan terdapat dua sisi yang berisi informasi. Di satu sisi berisi informasi cara penyajian yang dicantumkan berurutan dari kiri ke kanan. Di sisi lainnya terdapat ucapan terimakasih atas pembelian produk Liwet Instan 1001.

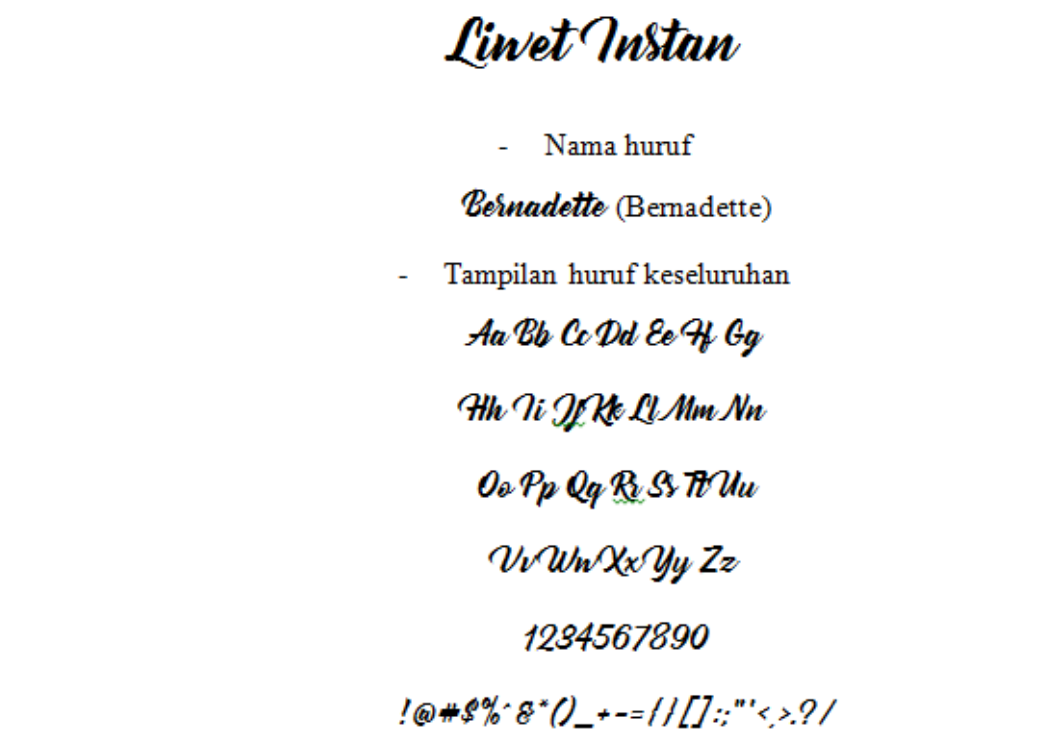
III.3.3 Tipografi

Hendratman berpendapat (2015) bahwa *“*Tipografi atau tata huruf adalah ilmu yang mempelajari tentang penempatan, penataan huruf untuk mendapatkan kesan tertentu agar pembaca bisa mendapat informasi secara maksimal*”* (h.151). Dari pengertian tersebut, disimpulkan bahwa huruf yang digunakan selain untuk memberikan informasi tertulis kepada pembaca juga bisa memberikan kesan tertentu.

Huruf yang digunakan untuk nama produk Liwet Instan, dan kalimat pendukung "Lengkap dengan Bumbu dan Rempah-rempah, 100% Natural" menggunakan jenis huruf *brush script* yang menurut Hendratman memiliki ciri-ciri diantaranya:

1. Bentuk hurufnya seperti tulisan tangan
2. Sifatnya anggun, tradisional, pribadi, dan informal
3. Kurang mudah dibaca, sehingga penggunaan terlalu banyak dan dengan ukuran kecil harus dihindari.

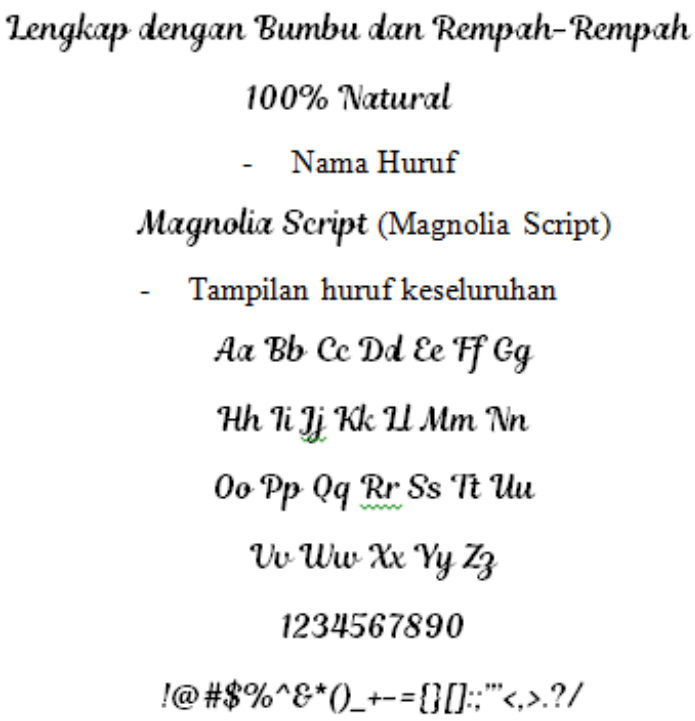
- Nama Produk



Gambar III.4 Huruf yang digunakan untuk nama produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Untuk nama produk digunakan huruf Bernadette yang jenisnya merupakan jenis huruf *brush script*. Huruf Bernadette ini dipilih karena memberikan kesan tradisional untuk menggambarkan jenis produk yaitu Liwet Instan 1001 yang merupakan makanan tradisional meskipun pembuatannya instan.

- Kalimat Pendukung



Gambar III.5 Huruf yang digunakan untuk kalimat pendukung
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Untuk kalimat pendukung ini digunakan juga huruf *script* yaitu Magnolia Script. Huruf ini dipilih karena bentuknya yang dinamis dan tidak kaku mencerminkan kesan natural serta tradisional.

Selanjutnya pada rancangan kemasan Liwet Instan 1001 juga digunakan jenis huruf tidak berkait atau *sans serif*. Menurut Supriyono (2010) "untuk teks, sebaiknya pilih bentuk huruf (*type face*) yang sederhana dan akrab dengan pembaca". Huruf dengan bentuk sederhana digunakan untuk tulisan yang ditampilkan cukup kecil pada kemasan. Menurut Hendratman, huruf jenis sans serif memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Tidak memiliki kait (*hook*), hanya batang dan tangkai huruf saja
2. Ujungnya bisa tajam atau tumpul
3. Sifatnya kurang formal, sederhana, akrab

4. Keuntungannya sangat mudah dibaca.

Pada rancangan kemasan Liwet Instan 1001 terdapat banyak informasi yang menggunakan jenis huruf sans serif. Informasi tersebut diantaranya kalimat pendukung, varian rasa, berat bersih, nomor perizinan, komposisi, informasi nilai gizi, cara penyajian, aturan penyimpanan, dan informasi produsen.

Huruf sans serif yang digunakan diantaranya adalah sebagai berikut:

- Kalimat pendukung dan varian rasa



Gambar III.6 Huruf yang digunakan untuk kalimat pendukung
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Berat bersih, nomor perizinan, komposisi, informasi nilai gizi, cara penyajian, aturan penyimpanan, dan informasi produsen.

- Nama huruf

Myriad Pro (Myriad Pro)

- Tampilan keseluruhan huruf

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu

Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

!@#$%^&*()_+-={}[]:;"'<,>.?/

Gambar III.7 Huruf yang digunakan untuk informasi produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, huruf ini dipilih karena karakteristiknya yang mudah dibaca sekalipun ukuran hurufnya cukup kecil.

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Al-Maqassary (2013, dikutip dari situs e-journal.com) *"*Ilustrasi adalah gambar dapat berupa foto atau lukisan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya; dapat juga bermakna gambar, desain, diagram untuk penghias halaman sampul*"*. Mengacu pada pengertian tersebut, dalam perancangan kemasan Liwet Instan 1001 ilustrasi digunakan untuk membantu memperjelas produk yaitu nasi liwet instan.

Terdapat dua ilustrasi yang digunakan pada rancangan kemasan Liwet Instan 1001. Diantaranya adalah ilustrasi nasi liwet dengan kastrol serta lalap dan sambal di atas sehelai daun pisang yang digambar menggunakan pensil warna untuk bagian depan kemasan. Ilustrasi ini dibuat untuk menekankan bahwa produk Liwet Instan 1001 adalah produk makanan tradisional yaitu nasi liwet.



Gambar III.8 Ilustrasi Nasi Liwet
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ilustrasi selanjutnya hanya terdapat pada kemasan 500 gram karena ukuran kemasan cukup besar dan untuk menyeimbangkan ruang yang kosong pada kemasan. Ilustrasi ini menggambarkan suasana sekelompok orang yang sedang *ngaliwet* di pondok yang ada di tengah pesawahan. Pada bagian latar belakang digambarkan sawah dan pegunungan serta burung yang berterbangan untuk menggambarkan suasana desa yang sejuk dan menenangkan. Gaya gambar yang digunakan adalah gaya ilustrasi pada poster iklan jaman dulu (sekitar tahun 30 sampai 50-an) yang umumnya hanya menggunakan satu turunan warna atau monokrom.



Gambar III.9 Ilustrasi kegiatan *ngaliwet*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.5 Warna

Menurut Hendratman (2015) *"*warna adalah salah satu komponen desain yang membentuk keindahan sekaligus menimbulkan persepsi psikologis, sugesti, dan suasana tertentu*"* (h.81). Mengacu pada pengertian tersebut, warna berperan penting dalam suatu karya desain karena selain untuk keperluan estetis, warna juga menyangkut persepsi psikologis, sugesti, dan suasana.

Warna yang digunakan untuk seluruh rancangan varian kemasan Liwet Instan 1001 adalah warna dengan tonal warna bumi atau *Earth Tone* yang di unduh dari situs www.creativecolorschemes.com. Meskipun tidak seluruh warna yang digunakan sama persis dengan palet warna yang ada, tetap digunakan warna-warna yang senada dengan tonal warna tersebut. Menurut situs tersebut, warna-warna bumi didapat dari benda-benda natural di sekitar kita seperti coklat tanah, hijau daun, langit berawan, dan juga matahari. Warna-warna tersebut menimbulkan kesan aman, hangat dan ramah.



Gambar III.10 Skema warna *Earth Tone*
Sumber: http://www.creativecolorschemes.com/resources/free-color-schemes/images/earth-tone-color-scheme.png

Pemakaian warna juga disesuaikan dengan varian rasa Liwet Instan 1001 yang akan diuraikan dibawah ini:

1. Rasa Original

   Warna yang digunakan untuk rasa original adalah warna hijau muda, diambil dari warna daun salam dan serai yang merupakan bahan-bahan yang digunakan untuk memasak nasi liwet.

Tabel III.3 Warna pada kemasan Liwet Instan Rasa Original
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#557D1C	C 70%	M 31%	Y 100%	K 16%
#E3F991	C 13%	M 0%	Y 54%	K 0%
#D1DD3F	C 22%	M 0%	Y 92%	K 0%

2. Rasa Petai

   Warna yang digunakan untuk kemasan Liwet Instan 1001 rasa petai adalah hijau, diambil dari warna buah petai. Untuk membedakannya dengan rasa original, warna hijau pada rancangan kemasan Liwet Instan 1001 rasa petai digunakan hijau yang lebih gelap.

Tabel III.4 Warna pada Kemasan Liwet Instan 1001 Rasa Petai
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#3C4F19	C 70%	M 46%	Y 100%	K 44%
#CFE3AB	C 20%	M 1%	Y 41%	K 0%
#86B92C	C 53%	M 6%	Y 100%	K 0%

3. Rasa Jengkol

Warna yang digunakan untuk kemasan Liwet Instan 1001 rasa jengkol adalah warna kuning. Warna kuning diambil dari warna daging buah jengkol yang belum diolah.

Tabel III.5 Warna pada Kemasan Liwet Instan 1001 Rasa Jengkol
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#DBB619	C 16%	M 25%	Y 100%	K 0%
#F1EABA	C 6%	M 4%	Y 32%	K 0%

#DCCA53	C 16%	M 14%	Y 82%	K 0%

4. Rasa Jambal

   Warna yang digunakan untuk kemasan Liwet Instan 1001 rasa jambal adalah warna jingga. Diambil dari warna daging ikan jambal kering yang berwarna jingga kecoklatan.

Tabel III.6 Warna pada Kemasan Liwet Instan 1001 Rasa Jambal
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#F78819	C 0%	M 57%	Y 100%	K 0%
#F5D5B2	C 3%	M 17%	Y 30%	K 0%
#FFA452	C 0%	M 42%	Y 75%	K 0%

5. Rasa Cumi

   Warna yang digunakan untuk kemasan Liwet Instan 1001 rasa cumi adalah warna coklat. Warna coklat diambil dari warna cumi-cumi yang sudah dikeringkan.

Tabel III.7 Warna pada Kemasan Liwet Instan 1001 Rasa Cumi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#8A5711	C 35%	M 63%	Y 100%	K 26%
#E4D7C1	C 10%	M 12%	Y 23%	K 0%
#BC9C63	C 27%	M 36%	Y 71%	K 2%

6. Rasa Teri

Warna yang digunakan untuk kemasan Liwet Instan 1001 rasa teri adalah warna abu-abu ke biruan yang diambil dari warna teri dan warna laut.

Tabel III.8 Warna pada Kemasan Liwet Instan 1001 Rasa Teri
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#4B6174	C 75%	M 55%	Y 40%	K 16%
#D0D6DC	C 17%	M 11%	Y 9%	K 0%

#A2ADB9	C 38%	M 25%	Y 20%	K 0%

7. Rasa Pedas

   Warna yang digunakan untuk kemasan Liwet Instan 1001 rasa pedas adalah warna merah. Warna merah diambil dari warna sambal cabai.

Tabel III.9 Warna pada Kemasan Liwet Instan 1001 Rasa Pedas
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#962314	C 26%	M 96%	Y 100%	K 25%
#EAD8D0	C 7%	M 14%	Y 14%	K 0%
#D3282E	C 11%	M 98%	Y 93%	K 2%

Warna yang digunakan menggunakan modus warna CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black) yang percampuran pigmennya merupakan percampuran substraktif (bersifat mengurangi). Modus warna CMYK digunakan untuk keperluan media cetak

.Selain warna-warna di atas, digunakan pula beberapa warna yang diaplikasikan kepada seluruh varian kemasan. Warna-warna tersebut diantaranya adalah.

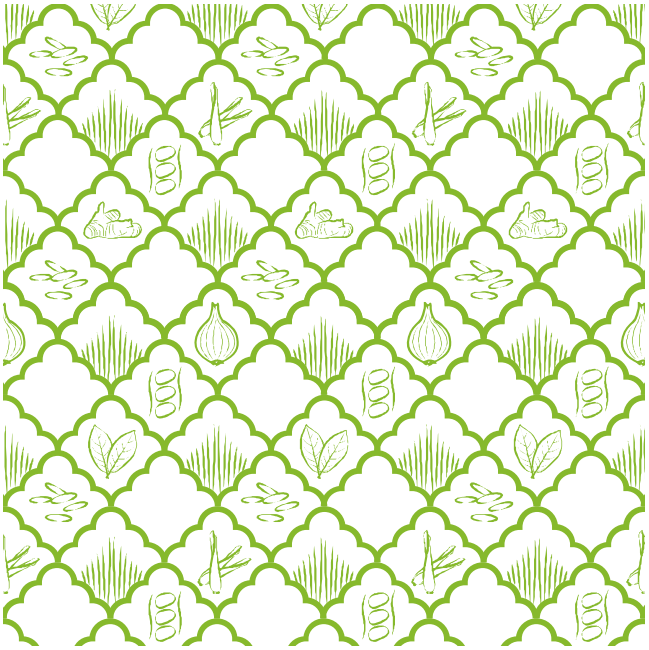
Tabel III.10 Warna tulisan dan *background* pada Kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi

# 4B3827	C 52%	M 63%	Y 77%	K 56%
#FFFFFF	C 0%	M 0%	Y 0%	K 0%

III.3.6 Unsur Grafis

Selain komponen-komponen visual yang telah disebutkan sebelumnya, ada pula unsur grafis berupa bentuk dan pola yang digunakan pada rancangan kemasan Liwet Instan 1001. Setiap pola menyesuaikan dengan varian rasa yang terdapat pada produk Liwet Instan 1001. Meskipun bentuk dasarnya sama, di dalam ruang-ruang tertentu disisipkan ikon-ikon yang mewakili setiap rasa. Berikut adalah pola-pola yang digunakan.

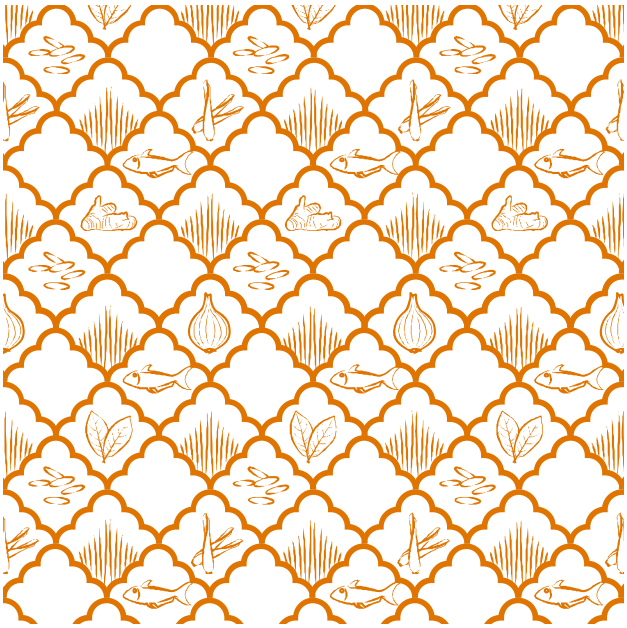
Gambar III.11 Pola untuk Rasa Original
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.12 Pola untuk Rasa Petai
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.13 Pola untuk Rasa Jengkol
Sumber: Dokumen Pribadi



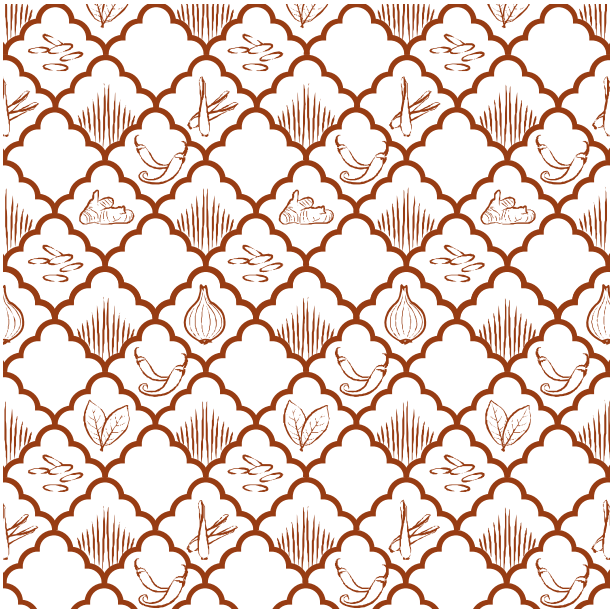
Gambar III.14 Pola untuk Rasa Jambal
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.15 Pola untuk Rasa Cumi
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.16 Pola untuk Rasa Teri
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar III.17 Pola untuk Rasa Pedas
Sumber: Dokumen Pribadi

Selain pola, ada juga bentuk yang merupakan potongan dari pola dasar yang telah disebutkan sebelumnya. Bentuk ini menyerupai setengah belah ketupat yang garisnya terdiri dari beberapa lekukan. Ada pula bentuk garis lingkaran yang menjadi latar

belakang untuk ilustrasi nasi liwet yang warnanya juga menyesuaikan varian rasa Liwet Instan 1001. Berikut adalah tampilan bentuk-bentuk yang digunakan tersebut.



Gambar III.18 Bentuk-Bentuk Unsur Grafis pada Kemasan Liwet Instan 1001
Sumber: Dokumentasi Pribadi