

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yaitu metode untuk kita menciptakan sesuatu berdasarkan konsep yang dibuat agar perancangannya mencapai tujuan dan sesuai. Untuk mendapatkan sebuah desain identitas visual yang maksimal, maka perlu dilakukan beberapa konsep dasar perancangan desain logo untuk bakso atok meliputi: konsep kreatif, strategi kreatif, strategi media, dan strategi distribusi.

3.1.1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sekelompok orang yang perilakunya akan diubah, sesuai dengan target pasar yang dibutuhkan dan tujuan yang ingin disampaikan media. Karena menurut pendapat Cangara (2010, h.157) “berhasil atau tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak”. Agar bisa menentukan khalayak sasaran dengan baik maka khalayak sasaran dikelompokkan ke dalam jenis segmentasi pasar. Diantaranya yaitu demografis, geografis, dan psikografis, consumer journey, dan consumer insight.

1) Demografis

Aspek demografis yaitu pengelompokan target pasar berdasarkan faktor, pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, umur, jumlah keluarga, siklus keluarga, pekerjaan dan ras sosial. Pada bakso atok mempengaruhi aspek demografis yaitu:

- Jenis Kelamin : Laki laki dan Perempuan
- Usia : 12-21 Tahun (Remaja)
- Kelas Sosial : Menengah
- Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Pekerja.

2) Geografis

Pada aspek geografis disini bakso atok memiliki lokasi yang cukup strategis dan memungkinkan banyaknya konsumen yang akan mengkonsumsi bakso atok.

Pada bakso atok mempengaruhi aspek geografis yaitu:

- Negara : Indonesia
- Kota : Bandar Lampung
- Daerah : Teluk Betung Selatan
- Lokasi Strategis : Dekat dengan Sekolah dan perumahan

3) Psikografis

Berdasarkan segmentasi psikografis meliputi minat dan kegiatan untuk masyarakat dalam mengkonsumsi bakso atok yaitu: rata rata orang yang selera suka makan bakso ataupun yang sedang lapar ingin makan siang ditambah dengan sensasi cuaca dingin tetapi harga yang terjangkau maka pilihannya adalah bakso atok.

4) *Consumer Journey*

Berdasarkan permasalahan disini bakso atok meliputi beberapa aspek dari *consumer Journey*. Target audiens bakso atok rata rata remaja sampai dewasa yang menyukai makanan bakso, untuk menentukan media yang akan digunakan maka dibuatlah tabel dari aktivitas yaitu:

Suasana	Kegiatan	Tempat	Point Of Contact
Pagi hari	Bangun tidur, mandi memakai baju, nonton tv lalu berangkat sekolah, kuliah atau bekerja.	Kamar tidur, kamar mandi, ruang tv, jalan raya	Buku, Tas handuk, baju, iklan di tv, piring, Gelas, poster, <i>billboard</i> , gantungan kunci.
Siang hari	Belajar atau kerja, Istirahat dan makan, pulang kuliah, pergi jalan-jalan dengan teman	Sekolah, kampus, kantor rumah teman, jalan raya, pasar, mall, tempat	buku, <i>sticker</i> , <i>billboard</i> , teman makan, baju, box makanan.

		jajan	
Sore hari	Bermain dengan teman, jalan – jalan, bermain gadget	Di Mall atau di tempat jajanan.	<i>Sticker, billboard, brosur, flyer, xbanner</i>
Malam hari	Makan malam, nonton Tv, belajar, bermain gadget, tidur	Ruang makan, ruang Tv, tempat belajar, kamar, tidur	Piring, Iklan Tv, belajar, gadget, internet (sosmed)

Tabel 1.2 Daftar kegiatan konsumen

Sumber: Analisis hasil observasi

Berdasarkan *table* diatas tempat dan benda yang sering dijumpai oleh konsumen yaitu tempat tinggal, ruang tv, sekolah, *smartphone*, laptop, internet, poster, media sosial, *merchandise*. Benda dan tempat tersebut dapat dijadikan media promosi untuk bakso atok.

5) *Consumer Insight*

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan, disini bakso atok meliputi beberapa aspek dari *consumer Insight*. Disini para customer ingin bakso atok menyediakan pembelian secara *online* melalui *gofood* atau pun *grabfood* karena memudahkan mendapatkan informasi serta melakukan pembelian yang bisa dilakukan di rumah saja.

3.1.2. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah “membuat pengertian dari berbagai perspektif atau merubah persepsi, bahkan perilaku”. Target pasar diharapkan dapat menimbulkan *awareness* dan kepercayaan terhadap bakso atok serta menarik perhatian konsumen lebih banyak lagi setelah perancangan logo dan branding terlaksanakan.

3.1.3. Pendekatan Komunikasi

Pada pendekatan komunikasi, disini akan digunakan menjadi 2 pendekatan dalam membranding dan merancang identitas visual yaitu logo bakso atok yaitu pendekatan visual dan verbal.

1) Pendekatan Visual

Disini akan digunakan logo dalam berbentuk maskot yang menyerupai karakter dari penjual nya agar konsumen mengetahui bahwa logo tersebut adalah identitas dari bakso atok.

2) Pendekatan Verbal

Disini pada logo nya akan diberikan nama usahanya yaitu bakso atok agar memperjelas dan menekankan identitas dari usahanya.

3.1.4. Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan proses mengkomunikasikan pesan yang akan disampaikan melalui pendekatan visual (visual) atau verbal (verbal) dan menghasilkan 2 bentuk jawaban yaitu isi pesan dan bentuk pesan. Disini bakso atok dalam menyampaikan informasi melalui strategi kreatif terdapat beberapa isi pesan dan bentuk pesan yang dirancang dalam bentuk identitas visual yaitu logo dari bakso atok.

1) Isi Pesan (*What to Say*)

Isi pesan yang disampaikan adalah untuk membranding bakso atok salah satunya menggunakan identitas visual yaitu logo sekaligus mempromosikan lewat media promosi yaitu sosial media yang menampilkan logo sebagai identitas dari bakso atok agar dikenal oleh kalangan masyarakat dalam jangkauan lebih luas lagi.

2) Bentuk Pesan (*How to Say*)

Bentuk pesan yang disampaikan memiliki 2 jenis media penyampaian pesan yaitu melalui visual dan verbal, yaitu:

a. Pesan Visual

Pesan visual berbentuk maskot dari karakter atas identitas usahanya yaitu bakso atok berbentuk logo maskot dengan ditambah elemen warna dan bentuk dari logonya.

b. Pesan Verbal

Pesan verbal berbentuk dari font logo itu sendiri yang mengatas namakan bakso atok Karena merupakan identitas visual dari bakso atok.

3.1.5. Strategi Media

Dilihat dari latar belakang permasalahan bakso atok maka perlu adanya media yang dapat menampilkan informasi dan member informasi tentang bakso atok. (1988, h.9) “media berasal dari kata medium yang berasal dari bahasa latin medius yang berarti tengah atau sedang. Pengertian media yaitu mengarah pada sesuatu yang mengantar informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan”.

1) Media Utama

Bakso atok menggunakan media utamanya yaitu identitas visualnya berupa logo karena sebagai pembeda identitas milik usahanya dan usaha orang lain serta menjadi representasi dari usahanya dalam membranding. logo bakso atok kunci utama dalam melakukan branding karena membuat brand mudah dikenali dan mempengaruhi psikologi konsumen dalam mengkonsumsi bakso atok sehingga peningkatan penjualan pun bisa sesuai target dan tercapai.

2) Media Pendukung

Bakso atok menggunakan media pendukung berupa baliho, banner, seragam dan merchandise. Dengan adanya media pendukung bisa menjadi pusat menarik perhatian konsumen dalam membeli bakso atok karena sudah menggunakan teknologi digital lewat media promosi.

3.1.6. Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah rencana penyebaran dan pendistribusian media kepada target pasar yang sesuai sasaran. Identitas visual yaitu logo akan mencetak *brandboard* yang akan digantung di dinding tempat makan yang akan menambah interaksi dan perhatian bagi para pengunjung serta media pendukung berupa banner akan dipasangkan di lokasi dan feed instagram sebagai media promosi *branding* secara digital serta *merchandise* jika dibutuhkan akan dicetak sebagai pelengkap dari identitas bakso atok.

3.2. Konsep visual

Konsep visual pada desain logo dari bakso atok memperhatikan berbagai elemen dan elemen desain seperti warna, tipografi dan elemen yang bertujuan agar dapat diterima oleh target audiens serta menghadirkan tampilan visual dan fisik yang sangat sesuai dengan spesifikasinya dari target pasar. Konsep visual yang digunakan dalam identitas visual berupa logo ini yaitu dengan menggunakan penyederhanaan visual bentuk dari ilustrasi karakter bakso atok berbentuk maskot. Kemudian menggunakan warna dan pesan yang berupa tulisan bakso atok sebagai identitas verbal dari usahanya.

3.2.1 *Mind Mapping*

Menurut *Tony Buzan*, *Mind Map* adalah bentuk tata cara penulisan catatan yang penuh warna dan bersifat visual, yang dapat dilakukan oleh satu orang atau beranggotakan banyak orang. *Mind mapping* juga bisa diartikan suatu cara mengelompokkan banyak ide dalam bentuk kerangka terstruktur untuk membantu mengingat atau menganalisis suatu masalah. Bakso atok menggunakan *mind mapping* untuk membuat konsep perancangan logo sehingga ide ide untuk membuat konsep terlihat jelas dan bisa dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.2 *mind mapping*

Sumber: Pribadi

3.2.2 Moodboard

Papan inspirasi merupakan alat bantu dalam mengumpulkan berbagai referensi visual sebagai panduan dalam menciptakan sebuah karya yang sesuai. Papan inspirasi terdiri dari berbagai elemen yang berfungsi sebagai referensi visual seperti foto, *icon*, font dan masih banyak lagi. Bakso atok menggunakan moodboard untuk menciptakan logo yang sesuai dari referensi yang dibuat dan bisa dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.3 moodboard

Sumber: Pribadi

3.2.3 Format Desain

Format desain adalah struktur atau bentuk output hasil rancangan desain yang kita buat setelah selesai mengerjakan desain nya untuk diaplikasikan ke berbagai media. Format desain yang digunakan dalam perancangan identitas visual berupa logo dari bakso Atok yaitu menggunakan format jpeg,png dan pdf dengan warna RGB karena merupakan format yang ideal jikalau di cetak atau dipublikasikan dalam kebutuhan komersil.



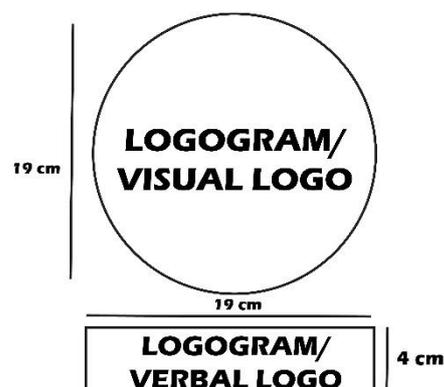
Gambar 1.4 Format Desain

Sumber: Pribadi

Dan dalam pembuatan logo bakso atok menggunakan beberapa unsur visual untuk dikombinasikan menjadi sebuah logo yang sesuai identitas dari bakso atok yaitu maskot berupa karakter dari bakso atok serta font huruf *comic sans* dengan tulisan bakso atok karena merupakan logo yang megah dan ideal serta merepresentasikan identitas dari bakso atok, tidak lupa juga menambahkan unsur visual ornamen dari Lampung yaitu tapis gajah karena bakso atok berada di provinsi Lampung.

3.2.4 Komposisi/Tata Letak

Dalam pembuatan media utama ini yaitu logo dari bakso atok dibuat sesuai konsep awal yaitu dengan menampilkan visual dan verbal yang dibuat agar menarik dan informatif. Serta tujuan dari tata letak layout ini yaitu menampilkan penempatan elemen visual berupa gambar dan tulisan yang merepresentasikan bakso atok dengan berbagai unsur pendukung.



Gambar 1.5 Tata letak layout logo

Sumber: Pribadi

3.2.5 Jenis Huruf/Tipografi

Penggunaan huruf yang tepat pada logo sangat mempengaruhi efektifitas dalam penyampaian pesan pada khalayak pasar. Menurut Sihombing (2001, h.58) bahwa “mewakili visual dari bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif”.

Dalam perancangan logo bakso atok jenis huruf yang digunakan yaitu:

FONT
A B C D E F G H I J K L M N
O P R S T U V W X Y Z

Font *Bakso Sapi* merupakan jenis huruf *Comic Sans* dengan menggunakan ukuran huruf sesuai dengan kebutuhan, jenis huruf *Comic Sans* ini menggambarkan elegan dan terbaru. Jenis huruf *Comic Sans* juga memberikan kesan simple dan mudah terbaca sehingga informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat kepada pelanggan yang mengkonsumsi bakso atok.

3.2.6 Ilustrasi/Gambar

Ilustrasi adalah teknik visualisasi gambar dan teks yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan suatu maksud tujuan melalui fotografi, lukisan ataupun gambar (Restian Anisa, 2020). Ilustrasi memiliki elemen visual yang akan pertama kali dilihat oleh khalayak masyarakat umum dan memperkuat pesan yang akan disampaikan. Ilustrasi dalam perancangan identitas visual berupa logo yang menggunakan konsep maskot dengan mengusung prinsip logo yaitu *memorable dan versatile*. Mengacu pada tampilan yaitu *logogram* dan *logotype* dengan kesesuaian dari karakter bakso atok yang akan dijadikan logo maskot.

Dalam proses perancangan logo pentingnya menggunakan beberapa referensi agar konsep yang dibuat sesuai dan mengikuti prinsip desain serta menarik dimata masyarakat sehingga identitas visual mampu

bertujuan sesuai fungsi pada peletakan media yang dibutuhkan.



Gambar 1.6 Referensi logo

Sumber: Pinterest



Gambar 1.7 Referensi logo

Sumber: Pinterest

3.2.7 Pemilihan Warna

Warna merupakan bagian terpenting dalam merancang desain yang akan dibuat karena setiap warna memiliki arti dan makna yang mampu mempengaruhi psikologis seseorang ketika melihat suatu desain. Berikut warna warna yang akan dipakai dan digunakan untuk mendesain identitas visual berupa logo dari usaha bakso atok yaitu:

1) Warna merah

Artinya melambangkan energi dan kekuatan pada bakso atok serta merepresentasikan baju dari karakter bakso atok dan api dibelakang objek logo yang artinya baksonya pedas dan panas membara.

2) Warna kuning

Artinya melambangkan kesan menarik dan optimis pada bakso atok sehingga memicu konsumen tertarik pada bakso atok serta memancing konsumen untuk lapar dan tergugah untuk makan.

3) Warna krem dan coklat

Warna krem menyesuaikan warna kulit maskot dan warna coklat merupakan warna background dari maskot karakter bakso atok, serta mengartikan warna coklat bisa merangsang produk yang dijual kepada konsumen.

4) Warna hitam dan putih

Sebagai warna netral dan pelengkap dari warna yang akan dipakai pada maskot bakso atok seperti warna rambut, warna mata. Serta keunikan dari produk yang dijual sehingga konsumen tertarik.



Gambar 1.8 Warna logo

Sumber: Pribadi