

BAB IV

PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

4.1 Proses Desain

4.1.1 Perancangan Sketsa

Penulis mengkonsep logo yang akan dibuat menggunakan sketsa gambar untuk mencari ide ide yang akan dibuat menjadi logo dari objek penelitiannya yaitu bakso atok. Perancangan melalui sketsa sendiri menjadi salah satu metode yang sering digunakan oleh desainer dalam merancang logo dalam mengumpulkan elemen visual yang akan diaplikasikan ke logo untuk menjadi suatu kesatuan. Penulis berhasil mengumpulkan kata kunci dari elemen visualnya yaitu ornamen Lampung, karakter dari bakso atok, mangkok, bakso. Elemen tersebut adalah elemen visual yang berkesinambungan dekat dengan bakso atok. Adapun sketsa yang dibuat dari hasil elemen visual yang dikumpulkan dari ide ide yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.9 Sketsa Logo

Sumber: Pribadi

Semua sketsa yang digambar tersebut dipilih beberapa untuk dijadikan bahan pilihan yang akan dilakukan ke dalam proses digitalisasi logo.

4.1.2 Digitalisasi Logo

Setelah menggambar logo melalui sketsa yang dibuat dan dipilih salah satu dari beberapa sketsa yang dibuat, selanjutnya masuk ke dalam tahap visualisasi desain. Visualisasi desain merupakan tahap dimana logo yang kita rancang melalui sketsa gambar kita digitalisasikan melalui software untuk masuk ke tahap final logo. Logo yang digambar dibuat dalam digital untuk dijadikan beberapa alternatif desain, berikut merupakan alternatif desain yang dibuat:



Gambar 2.0 Alternatif Logo (1)

Sumber: Pribadi



Gambar 2.1 Alternatif Logo (2)

Sumber: Pribadi

Berdasarkan perolehan dan proses digitalisasi logo diatas yang sudah dibuatkan alternatif desain untuk dijadikan sebagai bahan diskusi yang akan menjadi logo final. Penentuan logo didasarkan dari aspek aspek yang

cocok dan sesuai dengan konsep yang akan dirancang pada bakso atok. Hasil penentuan desain logo yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 2.2 Final Logo

Sumber: Pribadi

Di dalam perancangan identitas visual yaitu logo pasti mempunyai makna dan arti dibalik logonya yang bertujuan menggambarkan *image* dari merknya. Untuk mengetahui bagaimana arti dibalik logo bakso atok, berikut gambaran filosofi dari logo bakso atok:

	MAKNA DARI LOGO BAKSO ATOK
	Maskot dari logo nya merupakan karakter dari pemilik nya yaitu atok dengan membawa mangkok yang merepresentasikan bahwa ia menjual bakso.
	background lingkaran latar dari logo mengartikan bahwa bakso atok menjadi satu kesatuan secara visi dan misi nya untuk terus berkembang dan menjadi kesatuan antara verbal dan visualnya
	Font bakso sapi adalah font jenis comic sans yang merepresentasikan bahwa atok merupakan karakter yang ramah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya
	Ornamen tapis gajah merepresentasikan bahwa bakso atok berlokasi di Bandar Lampung
	warna coklat dan krem bisa merangsang produk yang dijual. Warna merah mengartikan bahwa bakso atok pedas, warna kuning mempengaruhi rasa lapar pada konsumen, Warna hitam dan putih sebagai kesan unik dan netral,
	logo ini merupakan jenis logo maskot identitas merk dari bakso atok yang merepresentasikan visual dari pemiliknya yaitu atoknya sendiri. Logo ini menerapkan prinsip versatile, originality dan balance. Mengkombinasikan berbagai elemen warna sebagai representasi dari karakter atok nya serta menjadikan logo bakso atok yang ramah dan sesuai konsep perancangan identitas visual logo baksunya

Gambar 2.3 Filosofi Logo

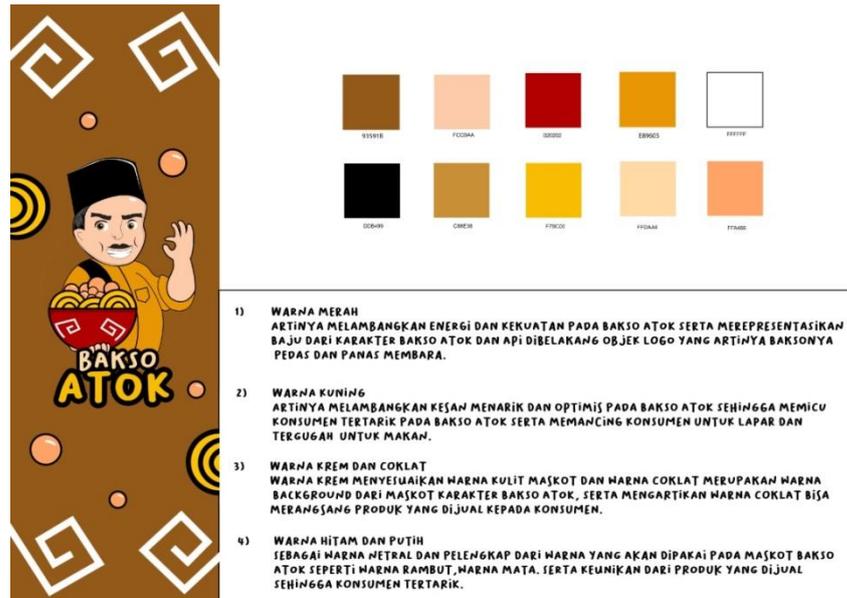
Sumber: Pribadi

Setelah membuat filosofi dari logo bakso atok, maka langkah selanjutnya adalah menentukan tipografi atau huruf yang tepat untuk logo bakso atok. Sebagai verbal atau logotype dari identitas visual bakso atok. Penulis menentukan beberapa huruf yang tepat untuk dipilih sebagai logotype yang sesuai dengan logogramnya, berikut tipografi, huruf yang sudah di pilih:

FONT (BAKSO SAPI)
ABCDEFGHIJKLMN
PQRSTUVWXYZ

Penulis sudah memilih font yang cocok yaitu *font bakso sapi* yang sesuai dengan konsep dari logogram bakso atok. Logotype ini berjenis comic sans dengan menampilkan keunikan, keramahan dan kesederhanaan pada *font*

Setelah langkah langkah itu sudah tercapai, maka berikutnya masuk ke dalam penentuan warna logo bakso atok. Tentunya pemilihan warna harus cocok dan bisa menjadi sesuai dalam pemilihan khalayak sasaran yang dituju. Hal ini merupakan salah satu aspek terpenting karena warna yang akan mudah diingat oleh konsumen/pelanggan saat mengenali suatu *brand*. Berikut gambaran warna dan arti dari logo bakso atok:



Gambar 2.4 Filosofi Warna Logo

Sumber: Pribadi

Warna pada gambar diatas adalah warna yang sudah melalui proses diskusi menjadi warna terakhir yang akan dipakai oleh logo bakso atok berdasarkan konsep yang sesuai.

4.1.3 Media Utama

A. Graphic Standard Manual

Media utama dalam proses pembuatan awal berupa *Graphic Standard Manual* (GSM) berukuran A5 (21 x 14,8cm) yang berisi aturan aturan, visi misi, ukuran logo, warna logo, *font* logo, dan *mock up* logo.

Graphic Standard Manual (GSM) adalah sastra atau pegangan desainer yang mengandung panduan berisi aturan, visi misi, warna, tipografi, *mockup* tentang logo yang dibuat untuk membangun merk dengan *image* dan citra yang kuat mewakili merk nya. GSM ini berguna membantu kita untuk mempertahankan kekuatan dan ketetapan pada logo (M. Divo Bramasta,2023).

GRAPHIC STANDART MANUAL

Bakso Atok



PERKENALAN UMKM

Bakso atok merupakan usaha pedagang kaki lima yang bergerak di bidang kuliner khas Indonesia yang digemari banyak masyarakat berlatar belakang beragam asal dan dalam pelestariannya. Bakso atok pun memiliki cukup strategis karena dekat dengan perumahan dan sekolah sehingga konsumen lebih banyak makan bakso atok dari dekat lokasi tersebut. Bakso atok memiliki 3 karyawan yang bantu dalam menjual bakso nya sehari hari untuk melakukan pengemasan dan memberikan pelayanan pada konsumen bakso atok. Bakso atok buka hari senin sampai sabtu dari jam 09.00 sampai 13.00. Harganya mencapai 30.000 per porsi.

PERKENALAN LOGO



LOGO ini merupakan jenis logo maskot identitas merek dari Bakso Atok yang merepresentasikan visual dari perusahaan atau atoknya. Logo ini mengandung prinsip visualnya, originality dan balance. Mempromosikan sebagai elemen merek yang representatif dan karakter atoknya serta menjadikan logo Bakso Atok sebagai elemen yang dan menjadi fokus perhatian identitas visual logo brandnya.

FONT

BAKSO SAPI
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 OPQRSTUVWXYZ

GRID SYSTEM



CLEAR AREA



ATURAN LOGO





Gamba 2.5 Graphic Standard Manual
Sumber: (Pribadi)

4.1.4 Media Pendukung

Media pendukung sering disebut juga media lini bawah sangat penting dalam mendorong dan memandu media utama dalam mempromosikan dan membranding suatu usaha. Media pendukung juga berfungsi untuk meningkatkan *brand awareness* kepada target pasar yang dituju. Berikut media pendukung bakso atok yang dibuat:

A. Desain Seragam

Media pendukung pertama untuk mendukung *branding* dan pemasaran media utama yaitu seragam karena untuk membedakan karyawan dan pelanggan serta menerapkan kekonsistenan *branding*

dan menambahkan rasa awareness pada pelanggan.



Gambar 2.6 Desain Seragam

Sumber: (Pribadi)

Media Bahan: Katun (Polo Shirt)

Ilustrasi: Logotype dan Logogram bakso atok

B. Desain Gelas

Desain gelas diperuntukan sebagai souvenir pada saat acara pernikahan, gathering, atau event formal yang lain. Berguna untuk pelengkap merchandise pendukung media utama nya.



Gambar 2.7 Desain Gelas

Sumber: (Pribadi)

Bahan: Keramik

Ukuran: 20 cm X 8 cm

C. Desain Kartu Nama

Adanya kegunaan dari kartu nama untuk usaha yaitu perbedaan antara karyawan dan *customer* serta memperkuat citra *brand* dari usahanya. Kartu nama juga sering dipakai di usaha usaha yang ingin meningkatkan branding agar usahanya tetap berkembang dan maju sehingga meningkatkan penjualan.



Gambar 2.8: Desain Kartu Nama

Sumber: (Pribadi)

Bahan: Kertas Art Paper

Ukuran: 9,5 cm X 12 cm

D. Desain Feed Instagram

Feed instagram diperuntukan sebagai media promosi media utama yang mencakup elemen visual dan verbal dari anatomi iklan dengan mengkonsepkan sesuai target pasar yang dituju.



Gambar 2.9 Desain Feed Instagram

Sumber: (Pribadi)

Ukuran: 1080 pixel X 1080 pixel

Bahan: Digital

E. Desain Banner

banner biasa diperuntukan untuk media promosi media produk yang ditawarkan kepada target pasar yang dituju dengan acara acara formal untuk branding produk melalui elemen visual dan verbal sesuai anatomi iklan.



Gambar 3.0 Desain Banner

Sumber: (Pribadi)

Ukuran: 160 cm X 60 cm

Bahan: Vinyl