

## BAB IV PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

### 4.1 Proses Desain

#### 4.1.1 Morfologi

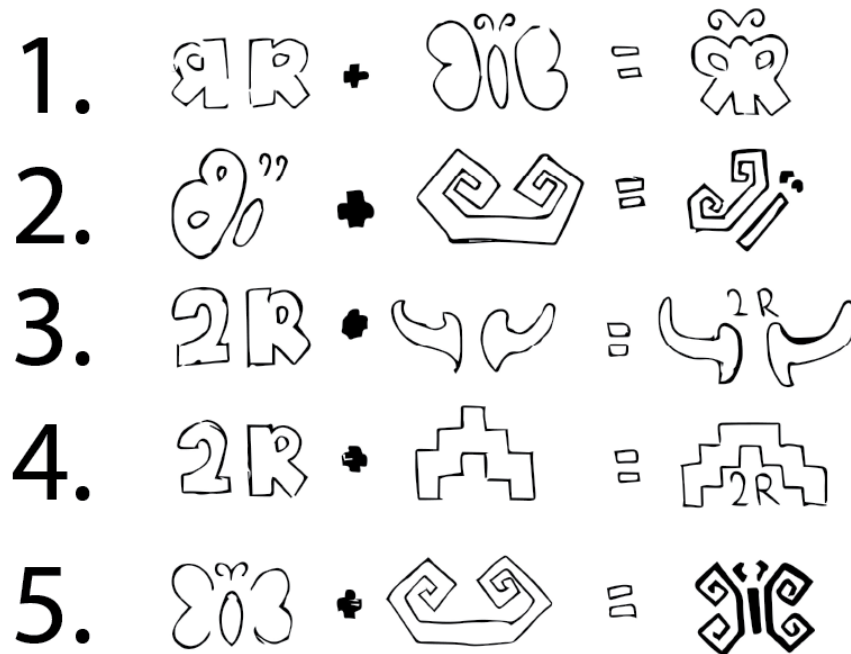
Pada tahap awal, penulis akan merancang ulang logo yang mengandung unsur plagiarisme menjadi logo yang mempunyai ciri khas tersendiri. Morfologi menjadi metode yang akan digunakan sebagai tahap awal dalam perancangan logo dengan cara membuat dan mengumpulkan elemen visual dan solusi visual lalu menjadikannya satu-kesatuan yang utuh. Elemen visual yang penulis butuhkan pada metode ini adalah nama UMKM, ornament Lampung, *hand made*, dan juga kupu-kupu sebagai lambing yang sudah melekat terhadap logo lama yang dimiliki oleh UMKM 2R Handy Craft. Elemen-elemen yang disebutkan merupakan elemen yang berhubungan erat dengan UMKM 2R Handy Craft itu sendiri. Penulis membuat beberapa kolom sebagai objek pengumpulan elemen visual yang akan digabungkan sehingga terciptalah elemen baru. Adapun metode morfologi yang dibuat pada karya ini sebagai berikut :



Gambar 4. 1 Pemilihan Simbol

Sumber : Penulis

Semua elemen tersebut akan dipilih serta digabungkan sehingga menjadi karakter baru. Elemen visual utama yang akan dipilih yaitu dari ornament Lampung itu sendiri. Menggunakan metode morfologi, terciptalah 4 (empat) elemen visual yang baru, berikut hasil dari proses penggabungan elemen visual menggunakan metode morfologi :

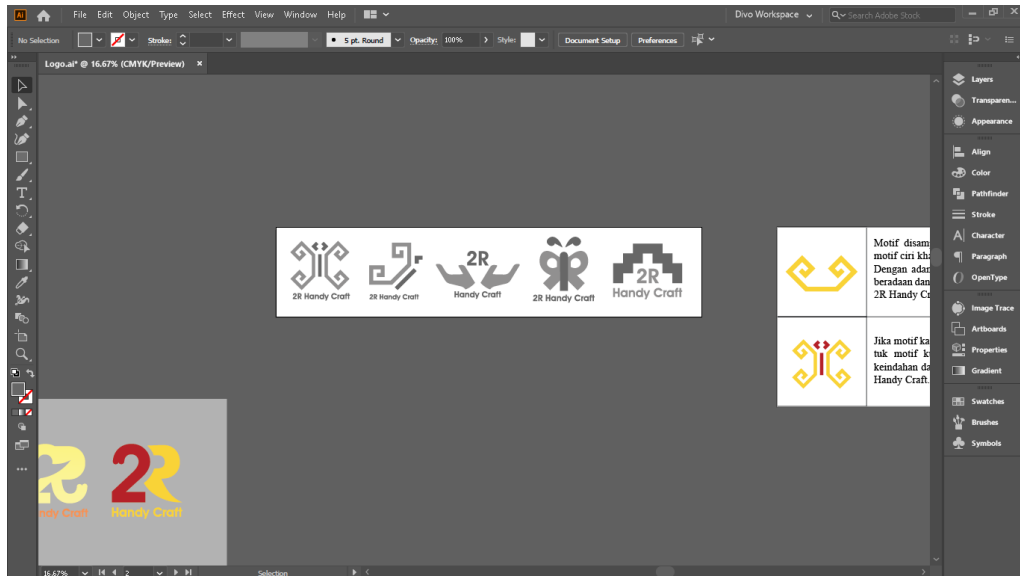


Gambar 4. 2 Penyatuan Simbol

Sumber : Penulis

#### 4.1.2 Visualisasi Desain

Setelah mengumpulkan hasil dari morfologi dan membuatnya menjadi beberapa alternatif desain, selanjutnya masuk ke tahap visualisasi desain. Visualisasi desain merupakan tahap dimana sketsa logo masuk fase digital. Dengan masuknya sketsa ke tahap digitalisasi, kita dapat melihat bentuk final dari alternatif desain yang telah penulis ciptakan. Beberapa alternatif desain yang telah digitalisasi akan disortir dan dipilih sesuai dari ketercocokannya terhadap UMKM 2R Handy Craft. Terdapat beberapa alternatif desain yang telah digitalisasi sebagai berikut.



Gambar 4. 3 Alternatif Desain

Sumber : Penulis

Berdasarkan hasil digital dari alternatif desain diatas akan dipilih salah satu untuk menjadi bahan pertimbangan yang akan menjadi logo final. Pemilihan logo dilakukan berdasarkan keindahan dan disesuaikan dengan kecocokan terhadap UMKM 2R Handy Craft. Logo yang sudah dipilih kemudian dikembangkan menjadi beberapa alternatif desain. Setelah mempertimbangkan beberapa factor tersebut, pemilik UMKM memilih logo sebagai berikut :





Gambar 4. 4 Final Desain Logo

Sumber : Penulis

Perancangan logo tidak luput dari makna yang terukit didalam nya, makna yang dimilik bertujuan untuk menggambarkan atau menyiratkan citra dari suatu

perusahaan itu sendiri. Untuk memperjelas makna yang dimiliki oleh logo yang sudah dipilih, maka penulis membuat *table makna visual*. Berikut *table visual* yang sudah dirancang :

	<p>Motif disamping merupakan motif utama sekaligus motif ciri khas Lampung yang memiliki bentuk kapal. Dengan adanya motif tersebut akan menandakan keberadaan dan juga menandakan isi produk dari UMKM 2R Handy Craft.</p>
	<p>Jika motif kapal tersebut disatukan, maka akan terbentuk motif kupu-kupu. Kupu-kupu memiliki makna keindahan dari sebuah proses yang dilakukan oleh 2R Handy Craft.</p>

Gambar 4. 5 Makna Visual

Sumber : Penulis

Setelah membuat *table visual* yang sesuai dengan ketentuan konsep awal yang sudah dibuat, maka tahap selanjutnya adalah memilih tipografi sebagai *logotype*. Penulis sudah memilih beberapa font yang akan diseleksi dan dipilih untuk menjadi *logotype*. Berikut beberapa font yang sudah dipilih :

- 1 **2R Handy Craft**
- 2 **2R Handy Craft**
- 3 **2R Handy Craft**
- 4 **2R Handy Craft**
- 5 **2R Handy Craft**

Gambar 4. 6 Pemilihan Font

Sumber : Penulis

Penulis memilih *typeface* nomor 1, yaitu AvantGarde Bk BT. Typeface dipilih sesuai dengan kecocokan yang dimiliki oleh logo telah dibuat. Typeface pada logotype berjenis sans serif yang menampilkan kesan modern. Typeface berjenis ini memiliki karakter yang tegas dan solid.

Setelah beberapa tahap tersebut sudah dipenuhi, maka selanjutnya masuk ke tahap pemilihan warna. Pemilihan warna sangat diperlukan dalam desain logo, Warna berfungsi sebagai pemikat *audience* dan juga calon *audience*. Hal itu dikarenakan warna merupakan aspek yang paling mudah diingat ketika *audience* melihat hal baru. Penulis akan membuat *table visual* untuk memperjelas makna dari warna yang dimiliki.

	 #B52227	<p>Dalam hal yang positif, warna merah menggambarkan cinta, berani, dan kuat. Hal tersebut sangat berkaitan dengan 2R Handy Craft yang dipenuhi kecintaannya terhadap budaya lokal.</p>
	 #FAD430	<p>Warna kuning menggambarkan keceriaan, sifat aktif dan ekspresif. Selain daripada itu, warna kuning sangat menarik perhatian. Warna ini memberikan energi positif kepada konsumen yang melihatnya.</p>

Gambar 4. 7 Filosofi Warna

Sumber : Penulis

Warna pada table diatas merupakan warna yang sudah dipertimbangkan penulis untuk menjadi warna final terhadap logo yang sudah dibuat. Warna yang dipilih dipertimbangkan berdasarkan aspek filosofi dan juga geografis UMKM 2R Handy Craft yang berada di Lampung.

#### 4.1.3 Media Utama

##### A. Graphic Standard Manual

Media utama pertama dalam perancangan ini berupa Graphic Standart Manual (GSM) yang sudah mencakup panduan logo dan juga *stationary design*. Media pendukung GSM memiliki ukuran kertas a5 (21 x 14.8 cm).

Graphic Standards Manual (GSM) adalah sebuah buku atau pedoman yang berisi aturan tentang logo, pemilihan jenis font, layout, pattern, dan elemen lain yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk membangun identitas yang kuat. GSM ini digunakan sebagai panduan dasar bagi desainer agar konsisten dalam menciptakan logo di berbagai bidang. Manual ini juga mencakup proses perancangan, konsep, dan pengaplikasian visual identity.

Dalam mengaplikasikan GSM yang telah dibuat, pengguna harus memperhatikan beberapa elemen penting dalam pengaplikasian desain agar logo dan visual identity yang dibangun dapat tersampaikan dengan baik. Beberapa elemen yang perlu diperhatikan antara lain makna logo, ukuran dan tata letak logo, color palette, typografi, dan jenis font. Semua ini penting agar identitas visual perusahaan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens.





### Logo Netral

**Tujuan Logo Netral**

Logo netral bertujuan untuk memudahkan pengguna logo terhadap background yang memiliki warna yang tidak dengan warna utama terhadap logo. Hal ini bertujuan bermaksud untuk memberikan kontras terhadap logo yang diletakkan, agar logo tetap terlihat mencolok.

### Grid System and Clear Area Logo

Grid system bertujuan untuk memudahkan pengguna logo dalam menempatkan logo pada tempat tertentu. Dengan adanya pola-pola grid system akan memudahkan pengguna dalam memberi penempatan terhadap logo yang ingin ditempatkan.



### ATURAN PADA LOGO

Contoh di atas menunjukkan aturan penggunaan logo terhadap kartu nama dan juga amplop.

Contoh di atas adalah aturan penggunaan logo 2R Handy Craft pada kartu nama dengan aturan untuk bagian bagian logo di letakkan di tengah dan jarak dari sisi kanan serta kiri 3.3 cm kemudian jarak dari atas dan bawah ke logo 1.5 cm.

Kemudian aturan penggunaan logo di bagian belakang kartu nama adalah posisi logo berada di sebelah kanan bawah dengan jarak dari sisi kiri ke logo 7.3 cm, dan dari bawah ke logo 8.5 cm dan dari sisi atas ke logo 8.5 cm.



### Penerapan Logo

Contoh di atas menunjukkan aturan penggunaan logo terhadap kartu nama dan juga amplop.

Contoh di atas adalah aturan penggunaan logo 2R Handy Craft pada kartu nama dengan aturan untuk bagian bagian logo di letakkan di tengah dan jarak dari sisi kanan serta kiri 3.3 cm kemudian jarak dari atas dan bawah ke logo 1.5 cm.

Kemudian aturan penggunaan logo di bagian belakang kartu nama adalah posisi logo berada di sebelah kanan bawah dengan jarak dari sisi kiri ke logo 7.3 cm, dan dari bawah ke logo 8.5 cm dan dari sisi atas ke logo 8.5 cm.

### Stationary MockUp

Desain stationer seperti ini sangat berguna bagi desainer dan perusahaan yang menentukan identitas merek. Sebelum mencetak massal, Anda dapat membuat model terlebih dahulu untuk memastikan kompatibilitas model dengan elemen lain.

### Media Pendukung

Media pendukung merupakan media kreatif yang berperan mendukung dan membantu periklanan / marketing, dengan media pendukung yang penting, lakukan evaluasi terhadap bentuk logo.

### Media Pendukung

Media pendukung merupakan media kreatif yang berperan mendukung dan membantu periklanan / marketing, dengan media pendukung yang penting, lakukan evaluasi terhadap bentuk logo.

### Baliho Desain

### Vehicle Design

Gambar 4. 8 Graphic Standard Manual

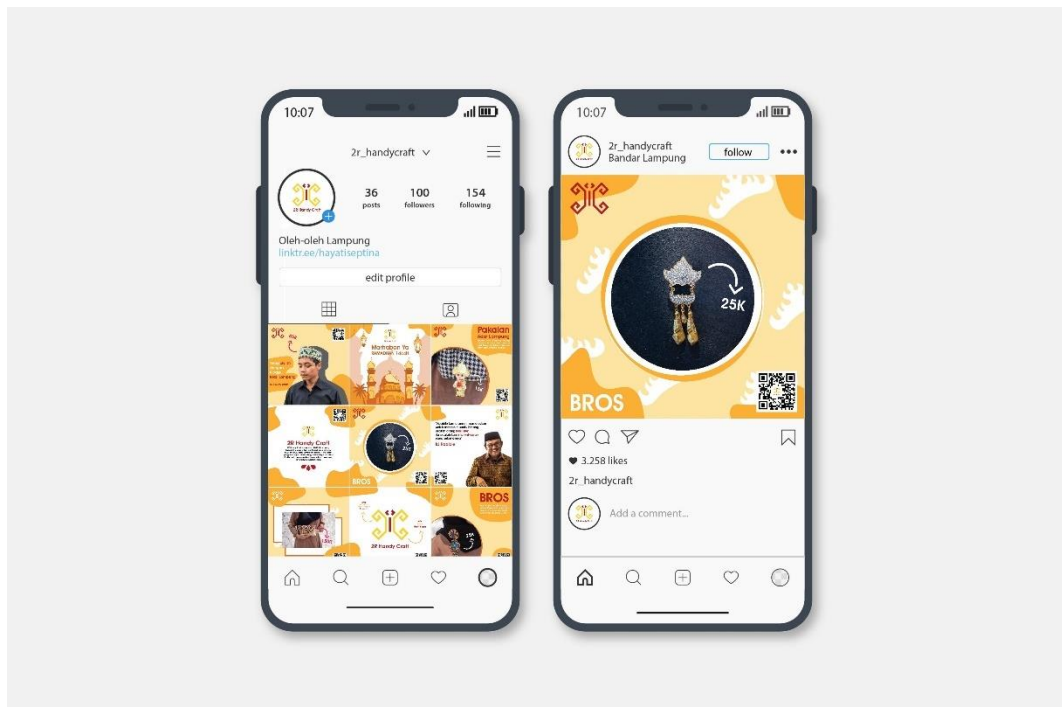
Sumber : Penulis

#### 4.1.4 Media Pendukung

Media pendukung berperan sebagai pendorong dalam media utama sebagai alat bantu mengarahkan khalayak ke media utama. Jika media pendukung merupakan bagian dari media utama, maka media pendukung tersebut dapat berfungsi sebagai reminder kepada khalayak sasaran terhadap media arus utama tersebut. Berikut adalah media pendukung yang akan dibuat

##### A. Instagram

Media utama kedua berupa pemasaran melalui media sosial instagram. Media utama diperlukan dalam melakukan promosi sebagai pendorong media yang akan memperkenalkan hasil dari *visualisasi* yang sudah dilakukan. Ukuran normal yang digunakan untuk melakukan promosi di instagram yaitu 1:1.



Gambar 4. 9 *Feed* Desain Instagram

Sumber : Penulis

Ukuran : 1080 x 1080 px

Bahan : Digital



## B. Desain Baliho

Baliho diperlukan sebagai media pendukung promosi dengan cangkupan *audience* yang jauh lebih luas dengan harapan masyarakat yang melihat baliho tersebut dapat lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan.



Gambar 4. 10 Baliho

Sumber : Penulis

Ukuran : 10 x 5 m

Bahan : Vinyl Outdoor

## C. *Vertical Billboard*

Tujuan dibuatnya desain vertical banner adalah untuk memperkenalkan produk 2R Handy Carft secara luas dan menyeluruh. Vertical banner juga mampu membuat *audience* maupun calon *audience* lebih tertarik pada UMKM 2R Handy Craft. Dengan adanya vertical banner juga membuat proses promosi berjalan dengan baik.



Gambar 4. 11 Vertical Billboard

Sumber : Penulis

Poster :

Ukuran : 10 x 5 m

Bahan : Vinyl Outdoor

#### D. Desain X-Banner

X Banner digunakan sebagai media promosi penawaran produk atau adanya event yang diikuti UMKM 2R Handy Craft. Desain X Banner pada karya dibawah berisi tentang produk apa saja yang dijual oleh UMKM 2R Handy Craft dan juga bertujuan untuk memperkenalkan brand serta elemen visual.



Gambar 4. 12 X-Banner

Sumber : Penulis

X Banner :

Ukuran : 60 x 160 cm

Bahan : Vinyl InDoor

#### E. Desain Mug

Desain mug dibuat sebagai souvenir saat pagelaran event yang diadakan di Tirta Marta. Materi desain mug logo dan artwork arsitektur kompleks pemandian, dan menggunakan warna biru sebagai warna corporate. Berikut ini adalah tampilan desain mug :



Gambar 4. 13 Mug

Sumber : Penulis

Bahan : keramik

Ukuran : 20 cm X 8 cm

#### F. *Polo Shirt*

Karyawan membutuhkan identitas pasti untuk membedakan antara *audience* dan juga karyawan, oleh karena itu seragam dibutuhkan. Dengan adanya seragam *audience* dapat lebih percaya diri untuk menanyakan tentang apa yang ingin mereka beli.



Gambar 4. 14 Polo Shirt

Sumber : Penulis

Media Bahan : Polo Shirt

Ilustrasi : logotype, ilustrasi tapis

### G. Paper Bag Design

Papper bag diperlukan sebagai media penampung souvenir atau juga bisa sebagai pembungkus barang yang dibeli jika diperlukan.



Gambar 4. 15 Papper Bag

Sumber : Penulis

Ukuran : -

Bahan : Kertas

### H. Nametag

Beberapa manfaat dari penggunaan name tag di perusahaan mencakup membedakan antara karyawan dan pelanggan, mencegah penipuan, dan sebagai sarana untuk memperkuat merek perusahaan.



Gambar 4. 16 Nametag

Sumber : Penulis

Ukuran : 9.5 x 11.9 cm

Bahan : Kertas

### I. *Business Card*

Kartu bisnis atau business card adalah sebuah alat yang biasanya diberikan kepada orang lain sebagai tanda perkenalan yang bersifat formal atau semi formal. Tujuan dari kartu bisnis ini adalah agar orang dapat mengingat nama individu atau perusahaan yang tertera di dalamnya.





Gambar 4. 17 Business Card

Sumber : Penulis

Ukuran : 9 x 5.5 cm

Bahan : Kertas

#### J. *Vehicle Design*

Media iklan *vehicle design* diletakkan pada mobil van yang akan digunakan sebagai transportasi pengangkut barang UMKM 2R Handy Craft. Media ini sangat efektif karena sifatnya yang bergerak dan mencolok diharapkan bisa menargetkan pasar yang diinginkan. Tata letak desain terdapat pada sisi belakang, kiri, dan kanan mobil van. Berikut *vehicle design* yang telah dibuat :



Gambar 4. 18 Vehicle Design

Sumber : Penulis