

BAB IV

IMPLEMENTASI KARYA

Aplikasi final desain dan pedoman sistem identitas dari perancangan karya yang telah dijabarkan pada bab III disajikan bersama konsep dan penempatan pada media- media promosi. Karena identitas yang ditamoilkan dengan konsisten akan memberi gambaran pada publik bahwa entitas tersebut konsekuen dan professional (Rustan 2009: 86)

4.1 Pedoman Sistem Identitas

Dari sketsa desain terpilih pada logo dan template penempatan pada masing-masing media digunakan sebagai patokan untuk diimplementasikan pada setiap media yang telah dipilih. Untuk membuat iklan yang mampu membangun dan meningkatkan brand awareness maka pada setiap desain dirancangan sebagai berikut:

1. Identitas visual BURGERMAN terdiri dari logogram dan logotype yang digunakan dalam fungsi dan keperluan berebeda untuk menampilkan identitas BURGERMAN secara spesifik dan utuh.
2. Desain pada setiap media dirancang dengan memberikan kesan enjoy dengan memberikan visual yang enjoy sesuai dengan konsep perancangan.
3. Tipografi yang digunakan baik headline, sub headline maupun body copy selalu menggunakan huruf jenis font *alpha mac*

4. Pesan yang disampaikan singkat dan mudah diingat, dengan konsep penyampaian yang seragam.
5. Penggunaan tagline “taste and enjoy it” membantu konsumen mengingat merek.
6. Desain media promosi dirancang dengan konsep dan layout yang konsisten. Iklan yang konsisten diharapkan mampu membuat konsumen merasa familiar.
7. Warna-warna yang digunakan adalah 3 warna sesuai dengan konsep perancangan, yaitu coklat tua, hijau toska dan biru muda

Berikut disajikan implementasi pedoman system identitas beserta rencana penempatannya pada masing-masing media.

1. Logo

Logo BURGERMAN bertipe gabungan *tipografi* dan *picture mark*. Tujuan membuat tulisan nama tersebut semata-mata sebagai shortcut mempercepat identifikasi bagi konsumen. Karena gambar bersifat polysemy (mengandung banyak makna yang berbeda), maka teks digunakan untuk memberi gambar itu makna sebenarnya yang dimaksudkan (Barthes 1915-1980 di dalam rustan 2009: 27).

Dengan menggabungkan tulisan *burgerman* yang digabungkan dengan gambar dari simplify burger yang berperan sebagai huruf “e” di dalam kata *burgerman* . bentuk huruf “e” digantikan dengan icon burger dengan maksud konsumen yang melihat logonya mengerti akan produk yang ditawarkan yaitu burger dengan tetap mempunyai nilai keterbacaan yang tinggi.

Dengan sekali melihat konsumen mampu mencerna suatu identitas apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Tipografi di buat dengan kesan enjoy sesuai dengan konsep perancangan. Untuk warna menggunakan warna yang sesuai dengan konsep perancangan sebelumnya yaitu warna oranye dan hijau.



Gambar 4.1 Logo Burgerman

2. Tagline

Untuk tagline menggunakan kata “taste and enjoy it”. Tagline ditempatkan dibawah logo bagian kanan bawah, akan tetapi juga bisa dipakai sendirian untuk visualisasi desain dengan tetap tidak merubah struktur penataannya sesuai dengan contoh gambar dibawah ini.



Gambar 4.2 Tagline



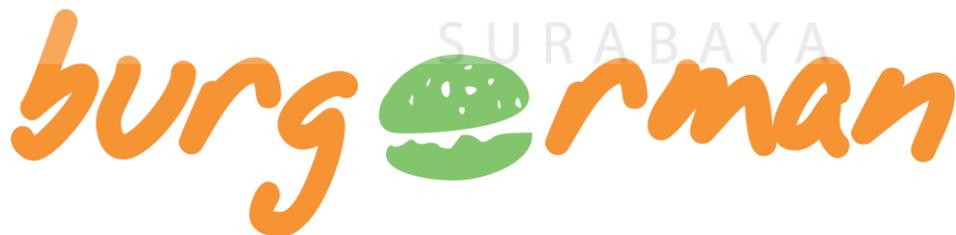
Gambar 4.2 Logo Burgerman dengan penggabungan tagline

3. Identitas Visual

Identitas visual BURGERMAN terdiri dari logo gram dan logotype yang digunakan sesuai dengan keperluan yang berbeda untuk menampilkan identitas BURGERMAN secara spesifik dan utuh. Berikut adalah penjelasan elemen logo dan ketentuan penggunaannya.

a. Logo Burgerman

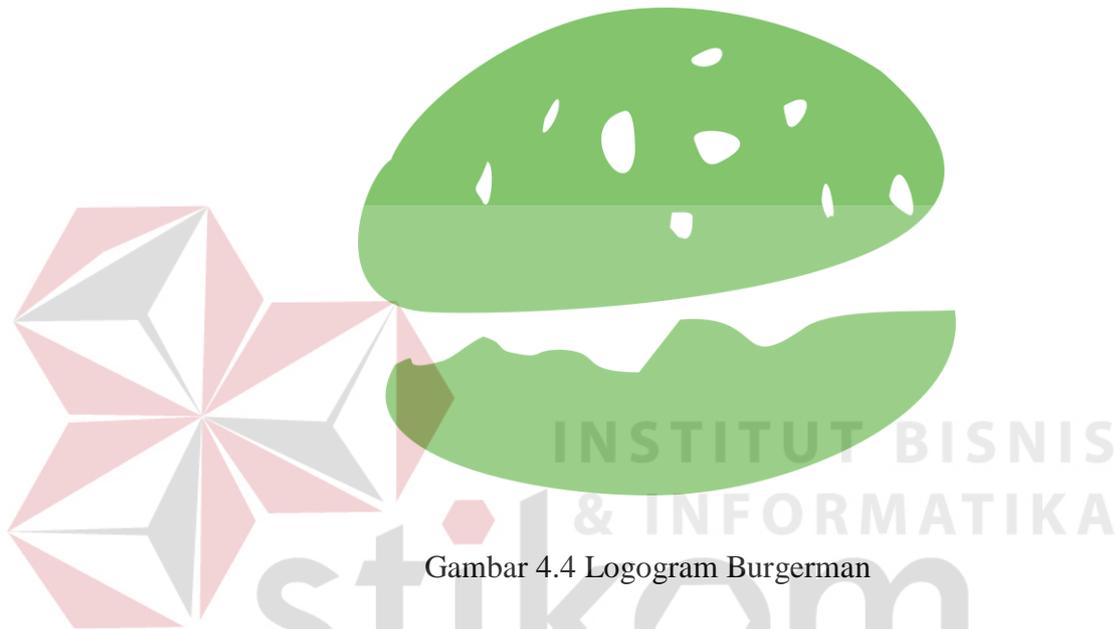
Logo burgerman adalah identitas visual utama. Logo ini harus muncul dalam setiap aplikasi media, cetak maupun elektronik.



Gambar 4.3 Logo burgerman

b. Logogram

Logogram dapat dipisah pengaplikasiannya, dengan batasan hanya sebagai pelengkap unsur visual atau simbol dengan logo lengkap tetap ada di dalam pengaplikasian media cetak maupun elektronik



Gambar 4.4 Logogram Burgerman

c. Tagline

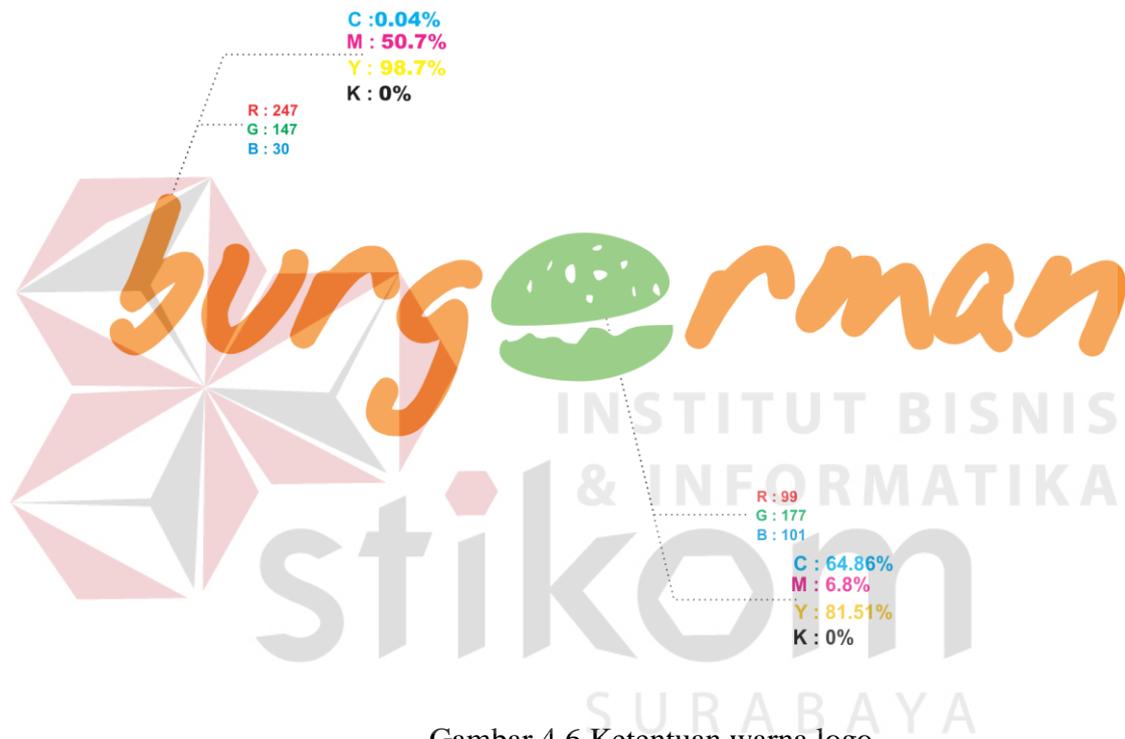
Tagline "*taste & enjoy it*" adalah suatu pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Tagline ini harus muncul dalam setiap aplikasi media, cetak maupun elektronik. Bisa digabungkan dengan logo ataupun dipisah. Akan tetapi lebih dianjurkan tagline selalu berdampingan dengan logo.

Taste and Enjoy it....

Gambar 4.5 Tagline

d. Ketentuan warna logo

Warna logo menggunakan 2 warna yaitu warna *oranye* dengan kalibrasi warna (C:0.04% M:50.7% Y:98.7% K:0%), (R:247 G:147 B:30 dan warna *hijau muda* (C:64.86% M:6.8% Y:81.51% K:0%), (R:99 G:177 B:101).

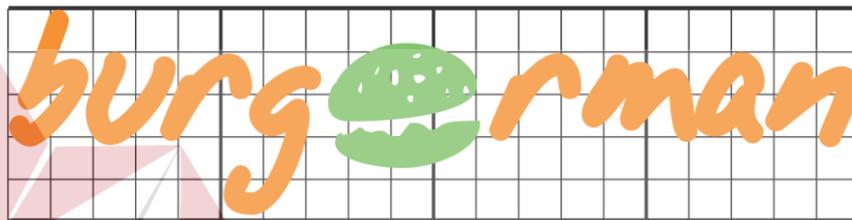


Gambar 4.6 Ketentuan warna logo

e. Ukuran Minimal Logo

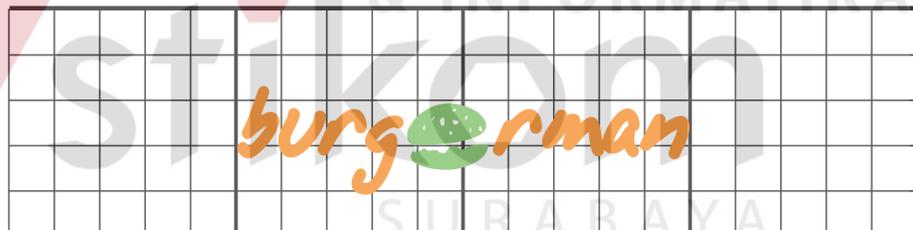
Berikut adalah pedoman untuk pengecilan logo dengan berpatokan pada grid System. Dimaksudkan agar tidak sampai terjadi pengecilan yang terlalu atau bisa merubah bentuk logo sehingga logo yang ditampilkan nilai keterbacaannya menurun.

1) Ukuran Logo 100%



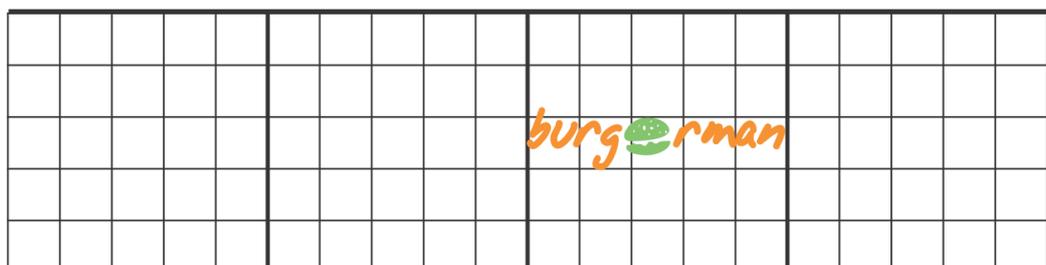
Gambar 4.7 Ukuran Logo 100%

2) Ukuran Logo 50%



Gambar 4.8 Ukuran logo 50%

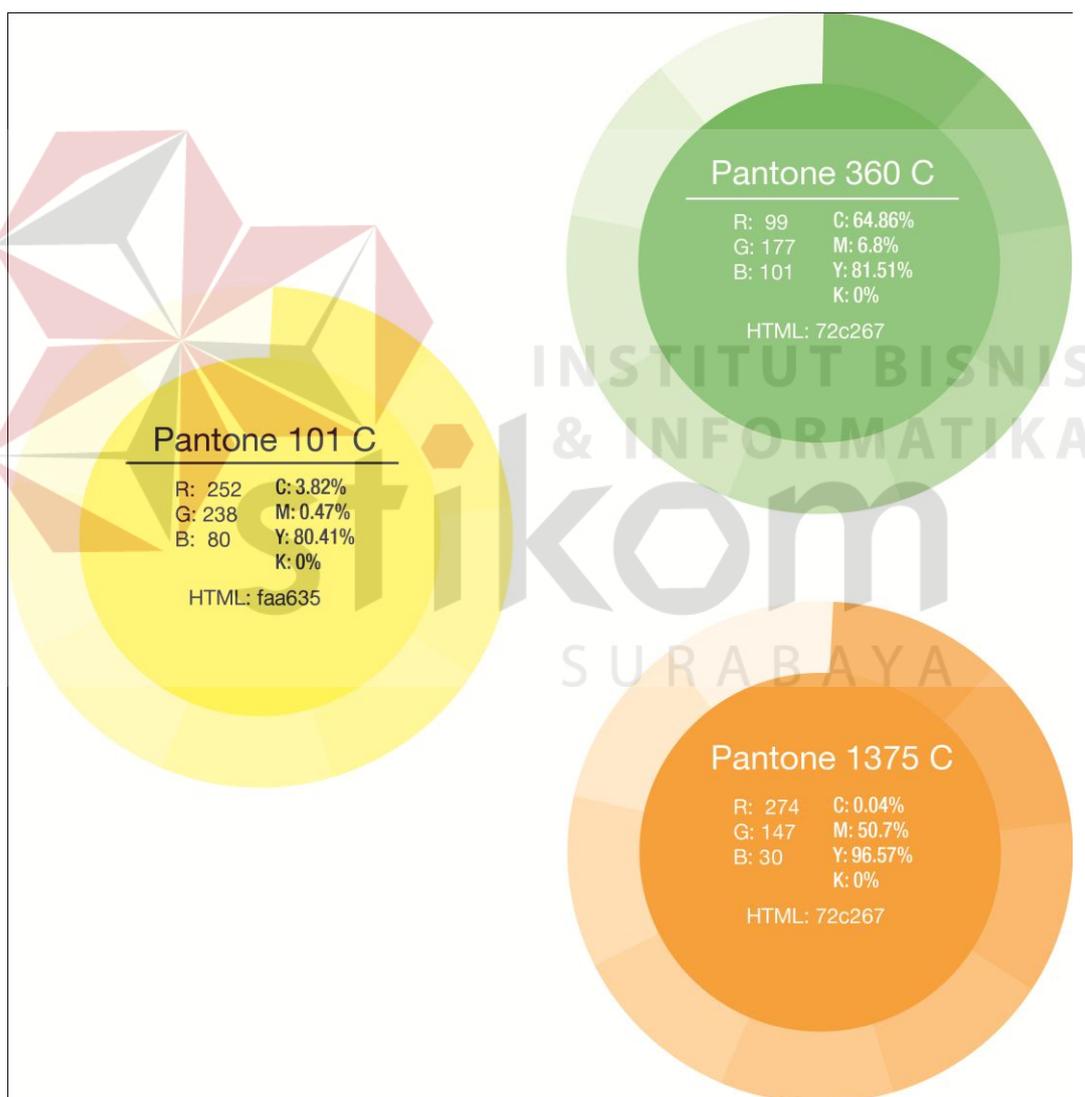
3) Ukuran logo 25%



Gambar 4.9 Ukuran logo 25%

4. Ketentuan Warna Identitas

Ketentuan warna identitas ada 3 warna yang digunakan, yaitu warna *oranye* dengan kalibrasi warna (C:0.04% M:50.7% Y:98.7% K:0%), (R:247 G:147 B:30) *kuning* dengan kalibrasi warna (C:3.82% M:0.47 Y:80.41% K:0%), (R:252 G:238 B:80) selanjutnya warna *hijau muda* (C:64.86% M:6.8% Y:81.51% K:0%), (R:99 G:177 B:101).



Gambar 4.10 Ketentuan Warna Identitas

5. Tipografi

Pemilihan tipografi didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari konsep yang diangkat, digunakan jenis font yaitu Alpha mac. alpha mac adalah jenis huruf yang mempunyai kesan yang modern dan enjoy sesuai dengan konsep perancangan.

Untuk font alternative digunakan font berjenis *Simplicity*. Font ini dipilih karena juga dapat menampilkan kesan yang santai dan simple. Akan tetapi hanya sebatas font alternative dan bukan merupakan font utama.

4.2 Standar Desain

Untuk pedoman system identitas, disertakan juga beberapa contoh untuk desain atribut burgerman. Dimaksudkan untuk para pedesain selanjutnya agar lebih muda dalam mencerna konsep yang diangkat dari hasil penelitian dan bisa menerapkannya pada hasil karya desain visual atribut burgerman.

Berikut adalah beberapa contoh patokan desain visual corporate identity dan atribut promosi :

1. Media Promosi Above The Line

a. Website

Website merupakan salah satu atribut promosi above the line. Maka perlu dibuat desain visual yang sesuai konsep yaitu enjoy dan tampilan yang clean. Berikut adalah contoh desain yang sesuai konsep penelitian. Dengan menonjolkan kesan enjoy dimana di ilustrasikan pemandangan alam luas dan balon udara

berbentuk burger yang melayang di atasnya. Penggunaan jenis font menggunakan font jenis alpha mac sesuai dengan konsep perancangan, selanjutnya penempatan posisi logo burgerman agar mudah dilihat ditaruh disebelah kiri atas. Dimana mata orang melihat pertama dari sebelah kiri baru ke arah kanan. Untuk tampilan daftar menu dengan menggunakan kesan clean dan tetap enjoy. Ada tagline yang ditampilkan didalamnya, karena tagline harus muncul disetiap atribut media promosi. Semuanya dengan menggunakan warna-warna oranye, hijau dan kuning. Karena itu merupakan warna pokok dari konsep perancangan.



Gambar 4.11 Contoh Tampilan Desain Website

2. Media Promosi Below The Line

Media promosi below the line merupakan salah satu atribut media promosi yang sangat vital dengan kondisi burgerman saat ini. Pada tampilan desain visual menggunakan kombinasi 3 warna yang digunakan, warna *oranye* dengan kalibrasi warna (C:0.04% M:50.7% Y:98.7% K:0%), (R:247 G:147 B:30) *kuning* dengan kalibrasi warna (C:3.82% M:0.47 Y:80.41% K:0%), (R:252 G:238 B:80) selanjutnya warna *hijau muda* (C:64.86% M:6.8% Y:81.51% K:0%), (R:99 G:177 B:101).

Penggunaan jenis font menggunakan font jenis alpha mac sesuai dengan konsep perancangan, selanjutnya penempatan posisi logo burgerman agar mudah dilihat ditaruh disebelah kiri atas. Dimana mata orang melihat pertama dari sebelah kiri baru ke arah kanan. Untuk tampilan daftar menu dengan menggunakan kesan clean dan tetap enjoy.

Ada tagline yang ditampilkan didalamnya, karena tagline harus muncul disetiap atribut media promosi. Selain itu alamat lokasi juga harus disertakan karena nama burgerman sendiri masih belum terlalu tertanam dibenak konsumen sekaligus strategi untuk memperluas segmentasi pelanggan. Semuanya dengan menggunakan warna-warna oranye, hijau dan kuning. Karena itu merupakan warna pokok dari konsep perancangan



Gambar 4.12 Contoh Desain Billboard



Gambar 4.13 Contoh Tampilan Desain Billboard



ambar 4.14 Contoh Desain Baliho Menu





burgerman

Original Taste
"CHICK n MOO BURGER"

Rasakan kenikmatan dari Chick n Moo Burger, sensasi citarasa khas daging beef dari Burgerman yang akan menggetarkan lidahmu di setiap gigitan....

IDR 15,000

Menu Snack Bar
"MIX CRUNCHY BOX"

Sajian lezatan camilan yang mampu menggoyangkan lidah dan pasti nagih setelah kenikmatan gurihnya sosis, nuget, dan friench....

IDR 18,000

Banaran no 37, Surabaya | +62 31 604 58282 | www.burgerman.com Taste and Enjoy it....

Gambar 4.15 Contoh Desain X-Banner

3. Packaging

Packaging merupakan corporate identity yang sangat kental. Karena dari packaging suatu produk dapat menggambarkan citra dari produk tersebut. Berikut ini adalah contoh desain packaging :

1. Packaging Dibawa Pulang

Packaging untuk dibawa pulang. Konsep desain mengacu pada konsep awal perancangan yaitu enjoy. Dimana konsumen dapat membawa produk untuk dibawa pulang dengan merasa tidak ribet dan tetap nyaman.

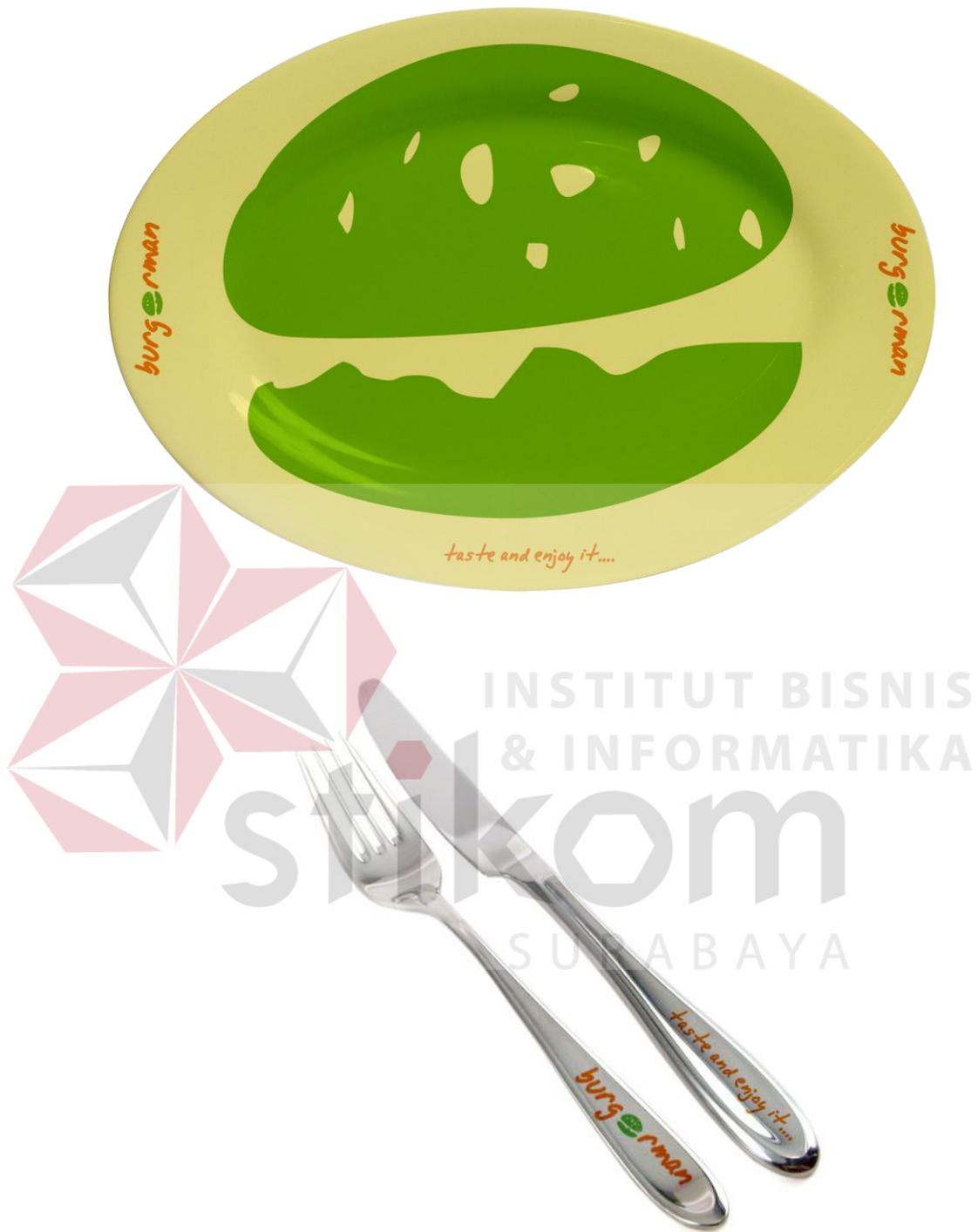
Tampilan desain visual dengan mengedepankan logo yang ditempatkan besar di bagian muka packaging, dengan tetap adanya tagline. Karena tagline tidak boleh tidak ada dalam setiap atribut media promosi. Menggunakan kombinasi warna-warna dari konsep yaitu ada 3 warna yang digunakan, warna *oranye* dengan kalibrasi warna (C:0.04% M:50.7% Y:98.7% K:0%), (R:247 G:147 B:30) *kuning* dengan kalibrasi warna (C:3.82% M:0.47 Y:80.41% K:0%), (R:252 G:238 B:80) selanjutnya warna *hijau muda* (C:64.86% M:6.8% Y:81.51% K:0%), (R:99 G:177 B:101).

2. Packaging Sajian

Packaging sajian didesain dengan tetap menggunakan 3 warna utama dari konsep perancangan. Ada logo yang menonjol dan tagline di piringnya. Untuk sendok dan garpu, terdapat desain logo burgerman dan tagline. Dimaksudkan untuk menyimbolkan 2 hal yang tidak terpisahkan yaitu logo dan tagline.



Gambar 4.16 Contoh Desain Packaging Bawa Pulang



Gambar 4.17 Contoh Desain Packaging Sajian

4. Seragam Karyawan

Seragam kariawan adalah salah satu bagian dari corporate identity. Seragam kariawan didesain dengan menggunakan 3 warna yang digunakan, warna *oranye* dengan kalibrasi warna (C:0.04% M:50.7% Y:98.7% K:0%), (R:247 G:147 B:30) *kuning* dengan kalibrasi warna (C:3.82% M:0.47 Y:80.41% K:0%), (R:252 G:238 B:80) selanjutnya warna *hijau muda* (C:64.86% M:6.8% Y:81.51% K:0%), (R:99 G:177 B:101). Dengan menonjolkan logo burgerman di dalamnya. Selain itu tagline juga disertakan karena tagline harus ada disetiap atribut media promosi ataupun corporate visual identity.



Gambar 4.18 Contoh Desain Seragam Koki



Gambar 4.19 Contoh Desain Seragam Koki (Topi)



Gambar 4.20 Contoh Desain Seragam Koki (Topi)



Gambar 4.21 Contoh Desain Seragam Pelayan

5. Buku Menu

Buku menu merupakan bagian dari corporate visual identity sekaligus media promosi. Dalam tampilan buku menu sesuai dengan konsep *Big Idea* konsep perancangan yaitu enjoy dan tetap menggunakan 3 unsur warna utama. Enjoy dengan ditampilkan foto-foto makanan dengan gaya styl life yang dapat menggugah selera seseorang untuk memakannya sehingga dengan disajikan dengan desain visual yang clean diharapkan konsumen dapat merasakan ke-enjoyan saat memilih produk burgerman.



Gambar 4.22 Contoh Tampilan Desain Buku Menu

6. Stationary Set

Stationaryset didesain dengan mengacu pada tema konsep perancangan dengan menonjolkan logo dan tagline. Diberikan 3 kombinasi warna dari konsep utama yaitu oranye, kuning dan hijau.



Gambar 4.23 Contoh Tampilan Desain Notes



Gambar 4.24 Contoh Tampilan Desain Notes (Dalam)

