

BAB IV

IMPLEMENTASI KARYA

Setelah proses penelitian dan pembuatan sketsa yang telah diterangkan pada bab III, pada bab ini membahas mengenai proses dan implementasi desain pada berbagai media yang telah ditentukan sebelumnya.

4.1 Implementasi Desain

Dari sketsa desain terpilih pada masing-masing media diimplementasikan pada setiap media yang telah dipilih. Untuk membuat iklan dengan menggunakan karakteristik surabaya dan mampu meningkatkan *brand loyalty*, maka pada setiap desain dirancang sebagai berikut:

1. Desain pada setiap media dirancang dengan menggunakan foto makanan steak semenarik mungkin. Tampilan tersebut bertujuan agar audiens yang melihat tertarik atau merasa lapar sehingga akan meneruskan untuk membaca apa informasi yang ada pada media tersebut. bentuk lengkung yang meliuk yang bertujuan agar tidak kaku, berwarna gradasi biru ke kuning yang mengambil warna *corporate* Kampoeng Steak dan warna blok merah sebagai list warna yang mewakili konsep *brave* atau berani.
2. Pesan yang disampaikan singkat dan mudah diingat, dengan konsep penyampaian yang seragam.
3. Penggunaan *headline* “*Surabaya’s Real Steak*” membantu konsumen mengetahui bahwa Kampoeng Steak merupakan steak asli Surabaya. Sedang

subheadline “*Berani Nerusin Enaknya?*” bertujuan membuat para audiens agar penasaran dan mencoba rasa produk Kampoeng Steak. *Sub headline* tersebut juga berhubungan dengan iklan televisi dan iklan internet yang merupakan media promosi utama.

4. Desain media promosi dirancang dengan konsep dan layout yang konsisten. Desain yang konsisten diharapkan mampu membuat konsumen merasa familiar atau tetap loyal dengan produk yang ditawarkan.
5. Adapun layout yang konsisten pada setiap media disajikan sebagai berikut:
 - Tipografi yang digunakan pada *headline* dan *sub headline* selalu menggunakan huruf berjenis *script* yaitu font *Speedline*.
 - Menggunakan ilustrasi gambar berupa ikon khas Surabaya yaitu *Suro dan Boyo* sebagai karakteristik dari kota Surabaya pada setiap media.
 - Menggunakan warna kuning dan biru sebagai warna *corporate* dari Kampoeng Steak dan warna merah sebagai warna kombinasi yang mewakili konsep ‘*brave*’ atau berani.
 - Menggunakan garis lengkung berwarna merah dan garis lengkung bergradasi kuning-kuning-biru.

Berikut disajikan implementasi final desain beserta rencana penempatannya pada masing-masing media.

1. Iklan Televisi

Iklan televisi akan disiarkan pada televisi lokal yaitu JTV dan SBO, hal ini dikarenakan pengenalan resto Kampoeng Steak sebagai resto yang berasal

dari Surabaya dengan menggunakan karakteristik Surabaya dibatasi pada wilayah Surabaya. Iklan televisi ini akan ditayangkan dengan durasi 56 detik.



Gambar 4.1 *Story board* iklan televisi

Dengan menggambarkan suasana rumah dengan model laki-laki yang sedang memasang *digicam* lalu sang kakak perempuan kebingungan melihat apa yang akan dilakukan adiknya, dan si kakak bertanya dan langsung dijawab sang adik tentang *event* kompetisi video yang diadakan oleh Kampoeng Steak yaitu “Kampoeng Steak Berani MakLhaar!” beserta cara-caranya.

Event video “Kampoeng Steak Berani MakLhaar!” tersebut diadakan sebagai salah satu media promosi yang berbeda dan unik. “Kampoeng Steak Berani MakLhaar!” merupakan suatu kompetisi video yang ditujukan pada khalayak dengan cara merekam aksi makan produk Kampoeng Steak dan bagaimana mengekspresikan enaknya produk Kampoeng Steak dengan menonjolkan karakteristik Surabayanya, entah dari bahasa atau perilaku.

2. Iklan Internet





Gambar 4.2 *Story board* iklan internet

3. Flyer

Sesuai dengan sketsa dan konsep yang terpilih, maka desain flyer diimplementasikan pada media ukuran 10cm x 21cm, satu sisi, dicetak *full color* dengan menggunakan kertas *art paper*. Flyer dengan foto makanan steak dibuat semenarik mungkin agar dapat mempengaruhi emosi rasa lapar audiens yang melihatnya. Kalimat *headline* “*Surabaya’s Real Steak!!*” menjadi penanda bahwa Kampong Steak merupakan steak asli Surabaya. Ditambah dengan ilustrasi gambar *Suro dan Boyo* yang menjadi karakteristik khas dari kota Surabaya. Dengan sedikit kata-kata yang menandakan lezatnya steak Kampong Steak di letakkan sebelum *sub headline* “*Berani Nerusin Enaknya?*”.

Untuk menambah keluwesan desain dan kesan yang menarik maka ditambahkan garis lengkung berwarna merah sebagai kombinasi dan garis

lengkung bergradasi kuning-biru. Dicantumkan pula alamat cabang-cabang resto Kampoeng Steak di Surabaya beserta dengan alamat *social media*. Media promosi *flyer* akan disebarakan di sekitar sekolah-sekolah atau universitas di kota Surabaya. Tempat-tempat tersebut dipertimbangkan berdasarkan segmentasi dari resto Kampoeng Steak yang memang segmentasinya adalah remaja.



Gambar 4.3 Flyer Resto Kampoeng Steak

4. Iklan Majalah

Desain pada media ini menggunakan teknik food fotografi dengan lebih mengandalkan foto steaknya. Menggunakan foto T-Bone steak yang menarik diharapkan dapat menimbulkan rasa lapar bagi audiens yang melihatnya. Dengan desain yang hampir sama dengan desain *flyer*, iklan majalah ditempatkan pada majalah Citymagz Surabaya. Iklan didesain 1 Halaman *full color*, ditempatkan pada halaman dalam majalah, pada halaman setelah *content* isi majalah. Untuk majalah Citymagz Surabaya 1 halaman dalam (FC), ukuran 15cm x 21cm.



Gambar 4.4 Iklan Majalah



Gambar 4.5 Ilustrasi Penempatan Iklan Majalah

5. Iklan Koran

Sama dengan iklan majalah, desain pada media koran tetap konsisten dengan desain pada media sebelumnya. Penempatan dirubah dengan posisi foto makanan berada pada sebelah kanan. Tetap menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada desain lainnya. Kesamaan antara desain koran dengan majalah bertujuan agar audiens yang melihat mudah mengenali produk Kampoeng Steak. Pemasangan iklan ditempatkan pada koran Jawa Pos Surabaya yang beredar di daerah kota Surabaya dan sekitarnya (Kab. Sidoarjo dan Gresik).

Pemasangan iklan resto Kampoeng Steak akan dipasang di koran Jawa Pos pada seksi Metropolis tepatnya halaman ke 7 dalam rubrik 'Deteksi'. Iklan dipasang di rubrik 'Deteksi' karena segmentasi dari resto Kampoeng Steak

adalah remaja, sehingga penempatan iklan Kampoeng Steak disini sangatlah efektif. Iklan akan dipasang *full colour* dengan ukuran 12cm x 8cm (2,5 kolom x 8cm).

KOMPETISI BERANI MAKLHAAR!!

Ayo upload video berdurasi 6 detikmu ke Instagram yang nunjukin aksi paling MAKLHA setelah menikmati salah satu produk dari Kampoeng Steak. Jangan lupa mention ke

@KAMPOENGSTEAK plus #MAKLHAAR

dan dapatkan kesempatan menangkan hadiah jutaan Rupiah!!! Info lebih lanjut lihat di Facebook & Twister KAMPOENG STEAK

@kampoengsteak
kampoeng steak
@kampoengsteak

SURABAYA
Jl. Raya Nginden No.30A
Jl. Rungkut Asri Utara III C-1
Jl. Raya Nginden Intan No.22 Jl. Gayungsari Barat No. 39
Jl. Raya Mulyosari No. 163A Jl. Raya Dukuh Kupang No.62
Jl. Raya Ketintang No. 194 Jl. Raya Kusuma Bangsa No.48
081 7413 1787 Info kemitraan | Pengaduan | Saran & Kritik

stikom
SURABAYA

Gambar 4.6 Iklan Koran



Gambar 4.7 Ilustrasi Penempatan Iklan Koran

6. Iklan Radio (Iklan Pendukung Kompetisi)

Berikut merupakan *draft* yang akan menjadi panduan penyiar dalam menyampaikan iklan adlib:

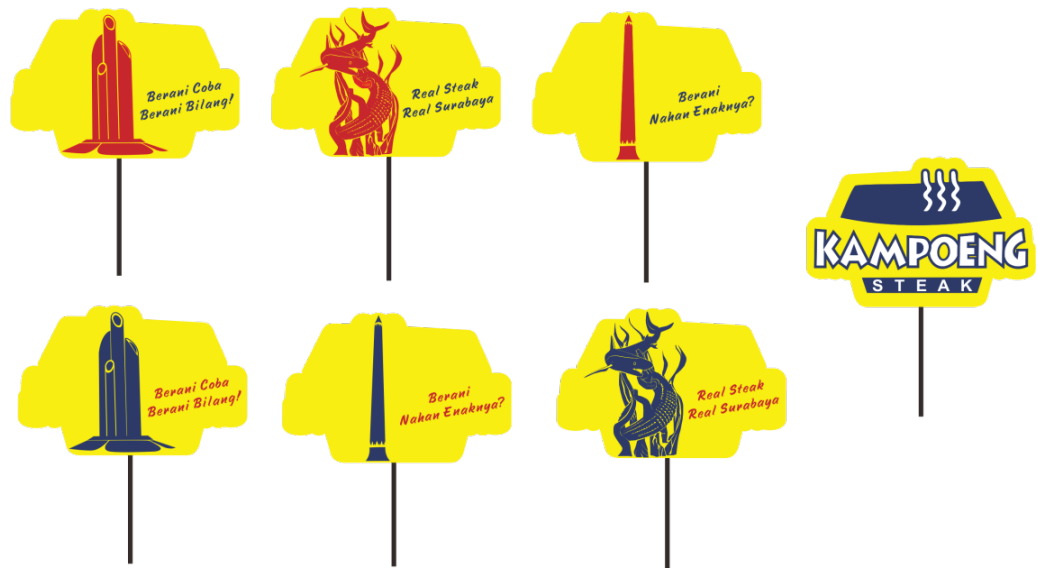
(Dua penyiar radio Pambors sedang bercanda dengan gaya khasnya, sambil menyampaikan iklan dari Kampoeng Steak yang berisi tentang kompetisi video yang bernama “*Kampoeng Steak Berani Maklhaar!!*”. Karena menggunakan iklan adlib, maka konsepnya hanya memberikan informasi mengenai adanya kompetisi video “*Kampoeng Steak Berani Maklhaar!!*”

dengan gaya ucapan khas *arek Suroboyo* yaitu “*rek!*”. Lengkap dengan informasi tentang kompetisi tersebut).

7. Merchandise

- Tusukan Steak

Untuk mendukung media promosi di atas, maka salah satu media yang digunakan sebagai *merchandise* adalah tusukan steak. Konsep untuk tusukan steak dengan membuat vektor monumen-monumen yang menjadi ikon dari kota Surabaya. Ikon-ikon yang menjadi karakteristik dari kota Surabaya antara lain monumen Suro dan Boyo, monumen Bambu Runcing, dan monumen Tugu Pahlawan. Vektor tersebut didukung dengan *background* warna kuning yang memang warna dari Kampoeng Steak dan bermacam bermain di *copywriting* dengan kalimat yang berani sesuai dengan konsep. Tusukan steak akan dibentuk sesuai logo Kampoeng Steak, sehingga terdiri dari dua sisi, satu sisi berupa logo Kampoeng Steak dan sisi lain berupa vektor ikon khas Surabaya. Tusukan steak ini akan ditusukkan pada setiap menu steak di resto Kampoeng Steak dan bisa dibawa pulang sebagai *merchandise*.



Gambar 4.8 Merchandise Tusukan Steak

- *Notes* (buku kecil)

Merchandise lain sebagai pendukung adalah *notes*. Dalam pengaplikasiannya *notes* ini didesain dengan ukuran 13,5cm x 9cm. Desain tetap didominasi oleh warna dari Kampoeng Steak yaitu kuning. Dengan gambar *cover* yaitu logo dari Kampoeng Steak yang didesain timbul dan bagian *cover* belakang bertuliskan *headline* dari Kampoeng Steak yaitu “*Surabaya’s Real Steak*”. Untuk lembar halaman *notes*, didesain dengan warna kuning yang tiap lembarnya terdapat gambar vektor dari monumen khas Surabaya seperti *Suro dan Boyo*, Tugu Pahlawan, dan Bambu Runcing. Dengan begitu penggambaran *image* resto Kampoeng Steak sebagai resto steak yang berasal dari Surabaya tersampaikan dengan efektif.



Gambar 4.9 Merchandise notes (buku kecil)