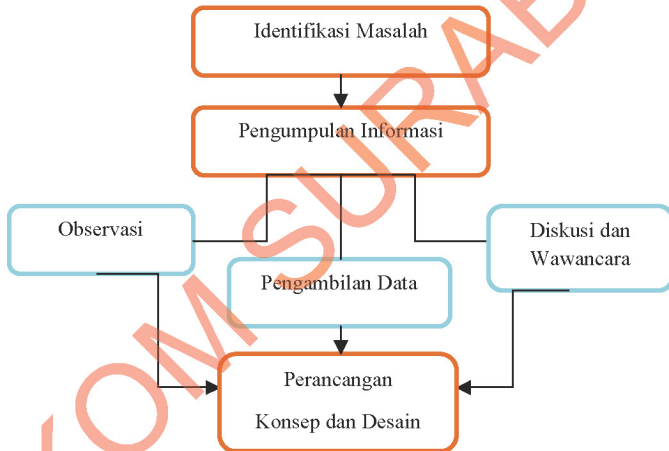


BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang cara dan metode yang digunakan dalam perancangan ikon Sasa Sehat sebagai upaya strategi komunikasi dalam kegiatan kampanye produk , berikut bagan perancangannya :



Setelah diketahui Dalam proses pengerjaannya, penulis melewati beberapa tahap yang dimulai dari identifikasi masalah, pengumpulan informasi melalui observasi dan wawancara, dan perancangan konsep dan desain. Hasil creative brief dari tim juga memudahkan penulis untuk mensketsa rancangan desain ikon Sasa Sehat.

3.1 Identifikasi Masalah

Dalam kerja praktek ini, penulis berusaha menemukan dan mempelajari tentang produk Sasa yang di anggap bermasalah dan membutuhkan solusi. Permasalahan yang timbul pada Sasa terutama MSG nya yaitu belum adanya edukasi yang jelas kepada khalayak masyarakat akan *product knowledge* dari Sasa tersebut, sehingga solusi dari permasalahan ini adalah membuat sebuah kampanye produk dengan mengedukasi masyarakat melalui aktivasi kegiatan masak-memasak bersama Sasa dengan tema Sasa Sehat. Media Sosialisasi yang selama ini digunakan kurang mendukung produk untuk menarik lebih banyak konsumen yang telah beralih ke prodak lain. Meskipun penulis mengetahui bahwa Sasa adalah market leader di Indonesia untuk penyedap masakan, namun dengan adanya edukasi yang berkesinambungan maka akan mungkin sekali Sasa akan mendapatkan hati konsumen untuk jangka panjang. Berikut metode Analisis Perusahaan dan Analisis kegiatan kampanye edukasi yang mendukung dalam mengidentifikasi masalah dan gambaran konsep desain yang akan dikerjakan.

3.1.1 Analisis Perusahaan

Dalam langkah ini penulis melakukan analisis terhadap sejarah perusahaan dan identifikasi masalah yang dimiliki oleh Sasa. Hal ini dilakukan untuk mengetahui konsep yang akan dicantumkan dalam perancangan ikon Sasa Sehat yang akan di kerjakan. Melalui visi misi dan filosofi Sasa serta kegiatan kampanye nya, dapat ditentukan konsep desain ikon seperti apa yang ingin ditonjolkan saat kampanye berlangsung.

Untuk membuat desain ikon Sasa Sehat penulis juga perlu mengumpulkan beberapa data pendukung, seperti latar belakang dan visi misi kampanye serta target market kampanye Sasa Sehat.

3.1.2 Analisis Kampanye Sasa Sehat

Tema Sasa Sehat yang di usung mengakar dari visi dan misi Sasa, yaitu bagaimana mengkampanyekan produk Sasa tidaklah berbahaya bagi kesehatan tubuh, namun sebaliknya bahwa produk Sasa terbuat dari bahan alami yang tidak membuat sakit seperti isu yang beredar.

Tentu kampanye ini menyangkut dengan siapa target market dari kampanye. Secara garis besar memang bagi masyarakat luas, namun secara *niche* target pada kampanye kali ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang lebih dominan dan terjun langsung ketika membeli sebuah produk dan mengolah nya. Tentu desain ikon yang diambil tidak terlalu muluk-muluk yang penting mudah dipahami dan menyegarkan.

3.2 Pengumpulan Informasi

Dalam pengumpulan informasi dibutuhkan beberapa metode untuk mengatasi masalah yang telah disebutkan sebelumnya maka langkah – langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut :

3.2.1 Observasi

Observasi yang dilakukan dengan mencari referensi-referensi ikon-ikon produk makanan yang sudah ada di media yang bersumber dari internet untuk

dijadikan sebagai gambaran-gambaran dalam pengerjaan perancangan ikon Sasa Sehat nantinya. Dengan melakukan observasi atau melakukan studi eksisting ini penulis memiliki wawasan tentang ikon-ikon seperti apa yang dibutuhkan dalam perancangan serta pemilihan warna apa yang sesuai dengan strategi komunikasi yang di programkan.

3.2.2 Diskusi dan Wawancara

Diskusi atau wawancara ini dilakukan dengan Tim Marketing Komunikasi Alessis Creative, *Art Director* Alessis Creative beserta pihak dari PT. Rodamas selaku klien. Dalam diskusi atau wawancara tersebut penulis menggali informasi tentang detail tentang permasalahan yang ada dan program yang akan dicanangkan oleh PT. Rodamas. Mulai dari analisis masalah produk sampai aktivasi kampanye produk “Sasa Sehat”. Selanjutnya penulis juga mencari informasi tentang software apa saja yang akan digunakan untuk perancangan ikon Sasa Sehat.

Selain berdiskusi tentang detail kebutuhan kampanye yang dibuat (ikon Sasa Sehat) yang akan dibuat, penulis juga mendapatkan informasi tentang gambaran konsep yang akan ditampilkan.

3.3 Pengambilan Data

Setelah melakukan observasi dan diskusi, selanjutnya penulis mengumpulkan beberapa data yang dibutuhkan dalam perancangan ikon Sasa Sehat yang akan dilakukan. Data yang akan dikumpulkan berupa logo dari Sasa sebagai itu sendiri sebagai komparasi warna untuk ikon serta hasil brainstorming yang telah di temukan bersamaan dengan data dari brief klien.

3.4 Perancangan Konsep Desain Ikon

Setelah melakukan analisis terhadap permasalahan maka selanjutnya dilakukan perancangan desain ikon. Dalam perancangan desain ikon ini, penulis mulai membentuk suatu konsep perancangan desain. Langkah – langkah yang dilakukan dalam perancangan ini adalah :

- a. Penentuan Software
- b. Penentuan Konsep Visual Ikon Sasa Sehat
- c. Konsep Warna

Langkah-langkah tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Penentuan Software

Penentuan software apa yang digunakan merupakan langkah awal yang diperlukan sebelum melakukan pembuatan desain. Karena desain yang akan dibuat tergantung pada software apa yang akan dipergunakan untuk perancangan ikon.

Dalam hal ini penulis menggunakan software Corel x4 sebagai media untuk mengolah sketsa kasar menjadi digital atau vector dari ikon yang sudah di sketsa menggunakan pensil. Corel x4 merupakan sebuah program komputer yang digunakan untuk membuat sebuah objek *vector graphic* yang bisa secara otomatis akan memudahkan editing desain dan merupakan software yang terdiri dari beberapa tools yang dapat membantu penggunanya membuat sebuah gambar dan elemen elemen grafis, symbol, desain icon, Logo dan desain apapun.

b. Penentuan Konsep Visual Ikon Sasa Sehat

Langkah selanjutnya adalah menentukan konsep perancangan desain ikon yang sesuai dengan karakter produk serta sesuai dengan visi dan misi kampanye yang direncanakan dan ditampilkan. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari klien maka konsep desain yang dipilih adalah :

1. Menampilkan konsep “wanita cerdas” dengan menonjolkan wanita sebagai ikon dari Sasa Sehat yang cerdas dalam memilih produk Sasa dan sebagai simbol telah tereduksi akan produk Sasa yang sehat dan aman.
2. Terdapat gambar spatula dan sendok yang menandakan bahwa wanita tersebut benar-benar percaya diri akan gaya memasaknya, serta mempertegas produk Sasa bahwa produk Sasa memang rajanya bumbu makanan lezat.
3. Memilih Tipografi “Sasa Sehat”. Tipografi yang digunakan adalah Latin. Karena simbol dari Sasa dari tahun-tahun sebelumnya, huruf latin menjadi karakter Sasa yang menggambarkan kekenyalan rasa dan aroma nikmat yang dipertegas dengan bulatan-bulatan latin.

c. Konsep Warna

Karena salah satu kesan yang ingin ditampilkan adalah warna yang contrast dan point of interest dari Sasa, maka penulis menggunakan warna merah maroon khas Sasa sebagai warna dasar pada komposisi ikon, dan tipografi nya. Warna ini akan mewakili karakter Sasa Sehat dan Sasa sebagai produk yang terpercaya dan khas. Warna merah maroon sendiri memiliki arti kehangatan, percaya diri, dinamis, penuh semangat, pencapaian tujuan, dan penuh kekuatan.

Warna merah akan mampu menampilkan kesan yang mengugah selera makan sehingga akan menimbulkan keinginan masyarakat untuk masak menggunakan produk Sasa sebagai pilihan yang terbaik.

Warna merah maroon juga mudah menarik perhatian dan meningkatkan nafsu makan, karena warna ini dipercaya dapat meningkatkan nafsu audience. seperti halnya pada branding KFC, McD, dan lainnya yang menggunakan warna merah maroon.

3.5 Bagan Pengerjaan Perancangan Ikon Sasa Sehat

Agenda dalam pengerjaan desain ikon Sasa Sehat terdapat beberapa langkah yang akan di tunjukan dalam bagan sebagai berikut :



Bagan diatas merupakan tahap inti proses kerja yang dilakukan selama Kerja Praktek di CV. Alessis Media Kreasindo dengan proses assistensi dengan mentor atau art director penulis sebagai pengarah dan pembimbing serta ada berbagi ide brainstorming dari partner kerja praktek dari universitas lain. Untuk langkah kerjanya akan di jelaskan lebih rinci sebagai berikut.

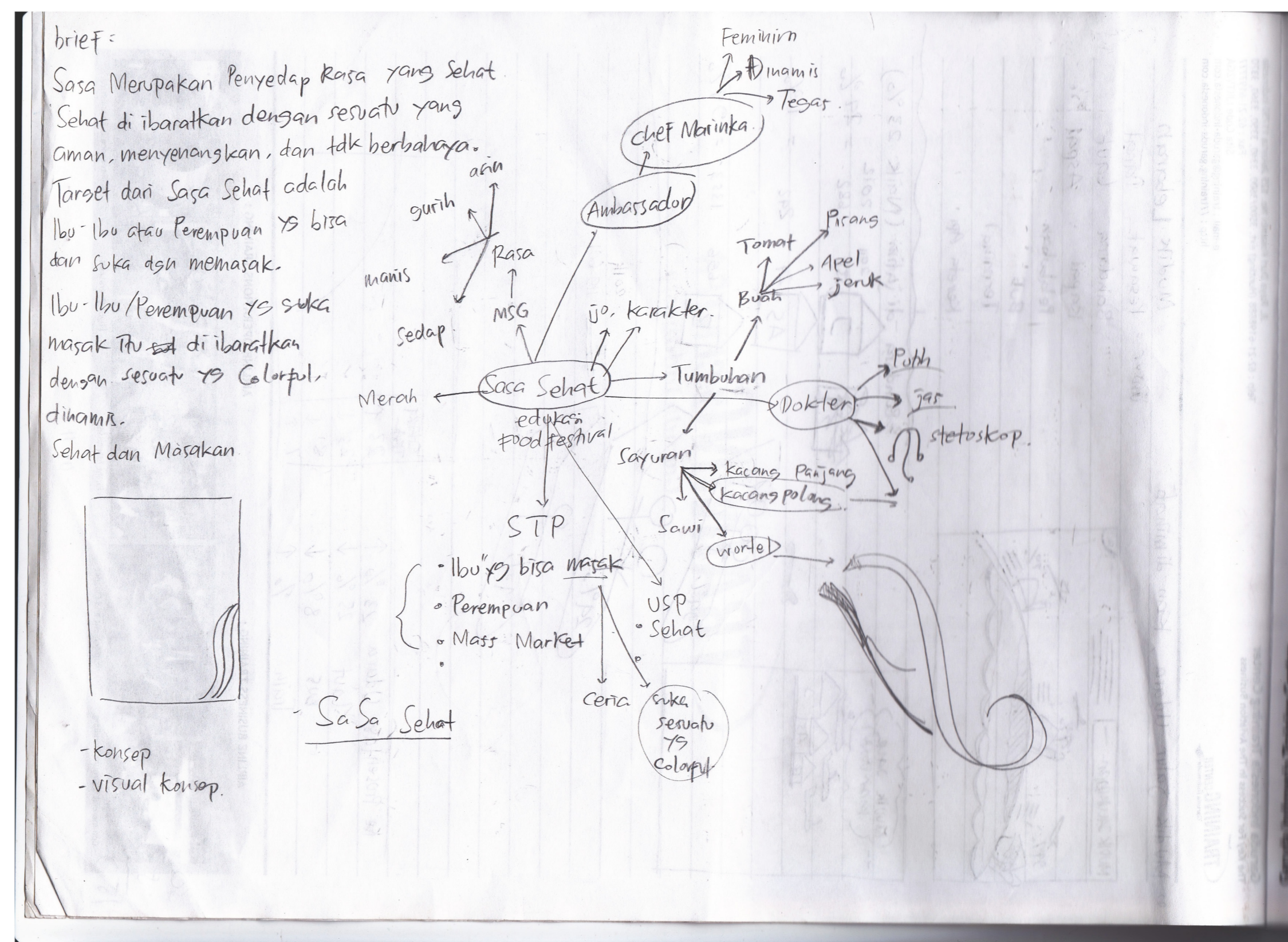
3.5.1 Brainstorming konsep

Dalam membuat suatu rancangan desain yang memecahkan masalah tentu memerlukan ide yang cemerlang agar masalah terpecahkan dan menemukan sebuah konsep yang kreatif. Proses menemukan ide tersebut memerlukan tahap diskusi bersama saling bertukar ide dan pendapat secara random yang disebut dengan istilah *brainstorming*. Proses ini sangat penting karena dari sinilah bagaimana ide menjadi semakin tereksplorasi dari berbagai macam sudut pandang. Berikut beberapa tahap brainstorming ide.

Pertama, mentor kami mengajak berdiskusi dengan klien dan klien memberikan brief permasalahan.

Kedua, peserta kerja praktek di berikan kesempatan untuk berpikir untuk memberikan ide kreatif lalu di diskusikan bersama dengan semua crew yang ada kala itu untuk memunculkan sebuah creative brief.

Ketiga, setelah memiliki brief masing-masing, peserta kerja praktek segera diarahkan untuk merancang sketsa kasar ikon yang sesuai dengan brief dari klien. Selanjutnya di presentasikan kepada semua tim serta klien untuk di review dan di asistensi oleh tim.

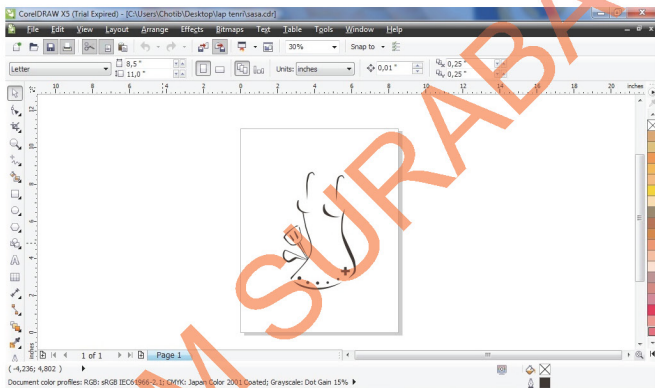


Brainstorming konsep yang di lakukan individu oleh penulis dalam mencurahkan ide-ide yang mungkin masih terpaut dengan creative brief dari klien. Konsep utama yang ditemukan ada “wanita”, “memasak”, dan “cerdas”.

3.5.2 Sketsa Desain Ikon

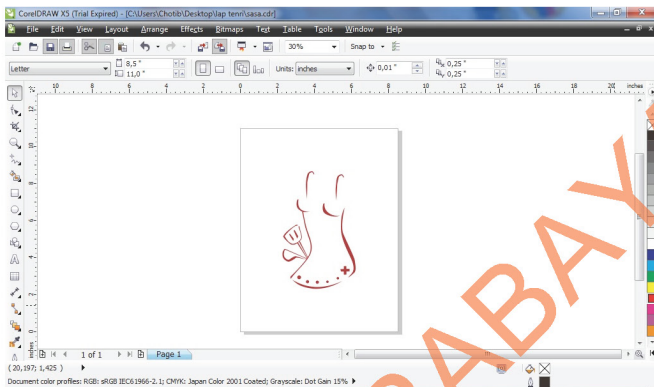
Sketsa pada tahap ini merancang pada desain sketsa ikon yang akan di pakai setelah konsep sudah ditetapkan. Desain ikon mengacu pada style yang lebih simple dan umum agar mudah dipahami target audience. Berikut sketsa yang telah di rancang:

Dibawah ini merupakan Desain karakter yang sudah di pilih dan di setuju oleh mentor Alessis Creative. Pada tahap ini tidak ditemukan kesulitan ketika melakukan tracing karena sketsa sudah jelas garis dan lekukannya serta tidak begitu banyak sudut yang menyulitkan penulis ketika mentracing. Tracing ikon menggunakan *pen tool* kemudian disesuaikan dengan desain sketsa.

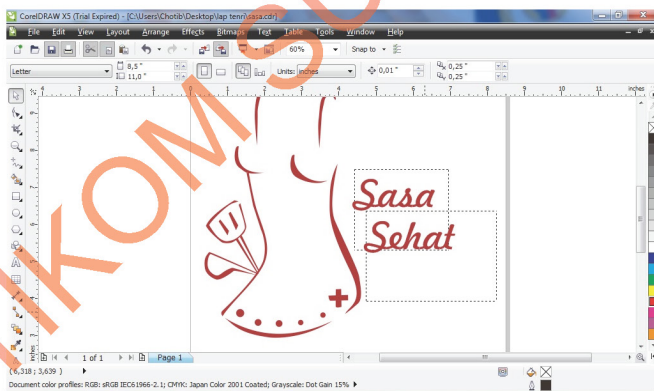


Gambar 3.5.2.4 Pembuatan Vector Grafis Ikon

Setelah mendapatkan asistensi dari mentor dan asistensi vector, grafis di aplikasikan dengan warna merah maroon sesuai dengan kosnep di awal. Dan pemberian warna ikon pada vector di corel ini menggunakan warna dari C: 38 M: 100 Y: 100 K: 5 sebagai warna pilihan merah maroon nya. Menggunakan warna merah maroon sangat mengidentifikasi ciri daripada produk-produk Sasa. Dan warna merah juga menjadi netral tak terlalu mencolok dan mudah terbaca jika di hadapkan dengan image lain.



Gambar 3.5.2.5 Perubahan Warna ikon menjadi merah maroon



Gambar 3.5.2.6 Vector dengan tipografi menggunakan style Freehand521 BT

disisi kanan vector ikon