

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI PERANCANGAN

3.1 Identifikasi Studi Kasus

pada perancangan visual kemasan untuk jajanan khas ketapang yaitu amplang dari toko obic. target sasaran dari perancangan ini adalah para anak muda yang berusia 18-25 tahun agar lebih mempermudah sistem perancangan untuk kemasan produk. penulis memakai beberapa strategi pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang akurat agar kedepannya perancangan ini dapat tercapai tujuannya, perancangan ini bertujuan sebagai media promosi kepada anak muda yang berusia 18-25 tahun melalui desain kemasan yang akan dirancangan oleh penulis. tahapan yang dipakai dalam penelitian ini adalah data kuesioner, data analisa studi literatur, data observasi dan analisis SWOT.

tahap pertama yang akan dilakukan adalah penulis menyebar kuesioner di kota Ketapang, pada anak muda yang berusia 18-25 tahun yang menjadi target utama dari perancangan ini. untuk tahap kedua yaitu menggunakan studi literatur yang berasal dari jurnal-jurnal tentang seputar desain kemasan. untuk tahap ketiga yaitu observasi tentang kemasan dari jurnal-jurnal yang akan dipelajari oleh penulis sebagai perbandingan dalam penggunaan elemen desain (warna, tipografi, logo, ilustrasi dan layout).

3.2 Target Sasaran

Target sasaran yang digunakan dalam perancangan desain kemasan amplang yang dijual oleh toko Obic adalah sebagai berikut :

3.2.1 geografis

wilayah yang akan menjadi target sasaran dalam perancangan ini adalah kota Ketapang, karena amplang merupakan salah satu jajanan khas kota Ketapang.

3.2.2 demografis

Target Primer :

- usia : 18-25 Tahun
- status : pelajar SMA/SMK mahasiswa dan pekerja
- jenis kelamin : laki - laki dan perempuan

Target Sekunder

- usia : 20-25
- status : mahasiswa/pekerja
- jenis kelamin : laki - laki dan perempuan

3.2.3 psikografis

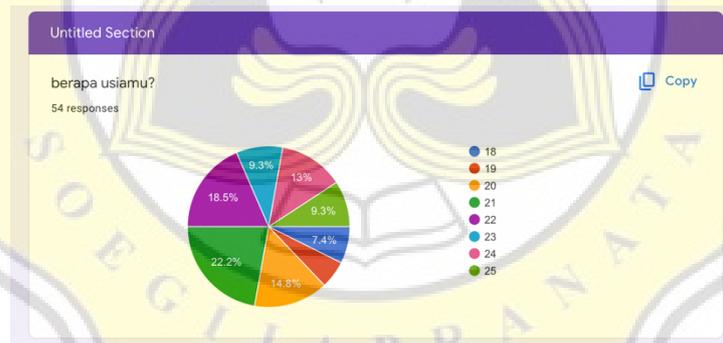
Target primer dan sekunder yang mempunyai hobi kulineran serta ada rasa ingin mencoba hal-hal yang baru.

3.3 analisa data

kuesioner

kuesioner yang disebarakan penulis dilakukan secara online melalui google form yang akan diberikan kepada target sasaran yaitu anak muda yang berusia 18-25 tahun yang berdomisili dikota ketapang. Pertanyaan yang ditujukan kepada target sasaran akan dirancang oleh penulis agar memperkuat hasil perancangan yang akan dilakukan. Kuesioner yang disebarakan telah mendapatkan respon sebanyak 52 responden yang mengisi dengan perolehan hasil berikut ini :

1) berapa usiamu? (18-25)



Grafik 3.1 usia target sasaran

(Sumber : Dokumen Pribadi 2022)

7.4% (18 tahun) 14,8 (20 tahun) 9,3% (21 tahun) 18,5% (22 tahun) 9,3% (23 tahun) 13% (24 tahun) 22,2% (25 tahun) berdasarkan hasil kuesioner diatas perolehan yang didapat adalah kebanyakan responden berusia 25 tahun.

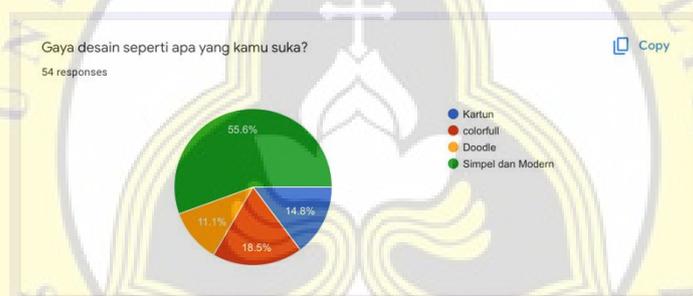
2) kemasan sangat berpengaruh terhadap pemasaran produk



Grafik 3.2 pernyataan responden terhadap kemasan yang berpengaruh untuk pemasaran
(Sumber : Dokumen Pribadi 2022)

33 orang (62,3%) menjawab sangat setuju, 6 orang (11,3%) menjawab setuju, 3 orang (5,7%) menjawab ragu-ragu, 7 orang (13,2%) menjawab tidak setuju 4 orang (7,5%) menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil kuesioner diatas lebih banyak yang menganggap kemasan sangat berpengaruh terhadap pemasaran produk.

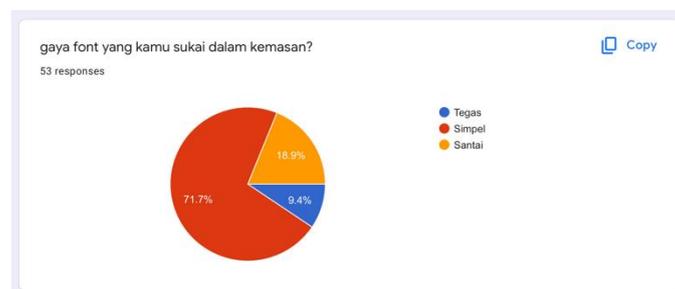
3) gaya desain seperti apa yang kamu sukai?



Grafik 3.3 Gaya Desain yang disukai target
(Sumber : Dokumen Pribadi 2022)

14,8% menjawab kartun, 18,5% menjawab colorfull, 11,1% menjawab doodle, 55,6% menjawab simpel dan modern. Berdasarkan hasil kuesioner ini lebih banyak yang tertarik pada gaya desain yang terlihat simpel dan modern.

4) gaya font yang kamu sukai dalam kemasan?

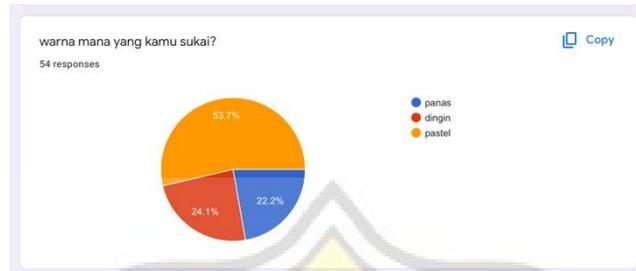


Grafik 3.4 Gaya font yang disukai oleh target

(Sumber : Dokumen Pribadi 2022)

9,4% menjawab tegas, 18,9% menjawab santai 71,7% menjawab simpel. Berdasarkan hasil kuesioner ini adalah, banyak yang menyukai gaya tulisan simpel.

5) warna yang disukai?



Grafik 3.5 Warna yang disukai

(Sumber : Dokumen Pribadi 2022)

22,2% menjawab warna panas, 24,1% menjawab warna dingin, 53,7% menjawab warna pastel. Berdasarkan hasil kuesioner diatas maka kesimpulan yang didapat adalah lebih banyak responden yang menyukai warna pastel.

3.4 analisis SWOT

Strength (Kekuatan)

berdasarkan hasil riset, kemasan dari jajanan amplang yang ada di toko Obic belum mempunyai kemasan yang terdapat unsur menarik didalamnya karena hanya berisi tulisan biasa dan penggunaan warna saja.

Weakness (Kelemahan)

Kemasan yang dibuat dari toko Obic ini terlihat sederhana, dengan penggunaan bahan plastic transparan biasa hingga penggunaan tulisan informasi dengan menggunakan tipografi sans serif dengan warna khas dari took obic yaitu orange.

oppurtunity (peluang)

kemasan yang masih menggunakan tulisan dan warna saja sudah menjadi kemasan yang umum yang sudah dipakai oleh banyak usahawan, sehingga membuat banyak peluang untuk mengubah kemasan menjadi berbeda dengan yang lain, agar produk mempunyai ciri khas sendiri yang menjadi keunikan dari produk tersebut.

Threats (Ancaman)

Persaingan dengan jajanan yang modern atau kekinian yang ada dipasaran dari waktu ke waktu yang akan datang.

3.5 Strategi Komunikasi

3.5.1 pendekatan verbal

Pada penggunaan bahasa yang dipakai untuk perancangan ini, menggunakan bahasa Indonesia agar mempermudah konsumen dalam melihat kemasannya. Pemakaian kata yang digunakan menggunakan kata-kata yang simpel agar tidak terkesan kaku. Penggunaan bahasa yang jelas agar informasi yang disampaikan bisa terlihat jelas dan tidak membingungkan. Tipografi yang digunakan dalam kemasan adalah huruf yang terlihat jelas keterbacaan agar tidak terjadi kesalahan dalam mengartikan informasi.

3.5.2 pendekatan visual

Visual yang akan digunakan dalam kemasan produk amplang ini menggunakan warna pastel karena warna pastel terlihat menarik dan kekinian. Penggunaan gaya desain dalam kemasan ini akan menggunakan gaya desain yang simpel dan modern seperti flat desain, penggunaan tipografi dalam kemasan menggunakan tipografi yang simpel akan tetapi masih dengan keterbacaan yang jelas, oleh karena itu maka digunakan font sans serif ataupun serif agar lebih mudah dalam tingkat keterbacaannya. Menggunakan ilustrasi dengan perpaduan ikan tenggiri dan tugu ale-ale yang merupakan ikon kota Ketapang.

3.6 Konsep Penyampaian Pesan

a. Tema

tema yang diambil dalam perancangan ini adalah untuk memperkenalkan kepada target sasaran tentang produk khas Ketapang Kalimantan Barat. Secara tidak langsung membantu UMKM untuk mempertahankan usahanya sehingga dapat berjalan dengan lancar.

b. Judul

Judul tugas akhir ini adalah Perancangan Visual Kemasan Amplang Khas Ketapang. Pengambilan judul tugas akhir ini berdasarkan permasalahan yang terjadi disekitar penulis yaitu banyaknya persaingan antar produk yang kekinian dengan desain kemasan yang modern dan menarik. Harapan dari perancangan ini adalah dapat memperkenalkan tentang makanan khas dari kota Ketapang Kalimantan Barat agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas.

3.7 Strategi Penyampaian Pesan

a. Strategi Media

perancangan yang akan digunakan dalam kemasan ini berupa plastik stand up pouch dengan berbagai macam ukuran. Bentuk kemasan dibuat dengan menyesuaikan dengan kemasan yaitu plastik yang berbahan standing pouch yang memiliki zipper pada bagian atas yang berfungsi melindungi makanan agar tidak mudah basi dan tidak mudah tumpah. Amplang merupakan makanan yang dapat bertahan dalam waktu 25 hari akan tetapi jika amplang ini dibiarkan terbuka maka amplang akan menjadi lembek oleh karena itu dengan adanya kemasan zipper pouch akan membantu untuk melindungi makanan agar tidak menjadi lembek.

- kemasan plastic stand up pouch

b. Strategi Verbal

data verbal yang akan digunakan untuk perancangan ini adalah dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang santai akan tetapi masih dapat dipahami oleh target sasaran. contohnya : “ Nikmatnya Amplang Toko Obic Bikin Tertarik “.

c. Strategi Visual

penggunaan visual yang akan dipilih akan menyesuaikan dengan identitas produk dan kesukaan dari target sasaran. Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah disebarakan kepada target banyak yang menyukai gaya desain yang terlihat simpel dan modern, oleh karena itu penulis menggunakan gaya flat desain sebagai perancangan desain kemasan karena lebih sesuai dengan karakter dari kata simpel dan modern. Pewarnaan yang akan digunakan yaitu warna pastel sesuai dengan kesukaan dari target audience, dengan menyesuaikan karakteristik produk.

3.8 Perancangan Biaya

No	Item	Harga
1	Plastic stand up pouch 100 buah	200.000
2	Biaya desain kemasan	2.500.000
3	Biaya cetak kemasan	230.000
Total		2.930.000