

## **BAB III**

### **KONSEP PERANCANGAN**

#### **A. Identifikasi Data**

Banana Joy merupakan sebuah usaha kuliner yang menyediakan dessert low calories dan sehat untuk dimakan, berbahan dasar pisang yang diolah menjadi beberapa variant menu. Hal ini merupakan sebuah nilai tambah dari keberagaman kuliner Nusantara. Banana Joy adalah salah satu merek dari sebuah usaha rumahan yang memproduksi dan menjual dessert berupa aneka olahan pisang sejak tahun 2016 oleh Abraham Setiantra Hidayat.

Pada awalnya, Banana Joy hanya dipasarkan melalui delivery order di area Delanggu dan sekitarnya. Produk Banana Joy memiliki banyak penggemar yang berasal dari berbagai kalangan umur, baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Hal ini dikarenakan Banana Joy memiliki 6 variant menu yaitu Joy Cheese Fritters, rainbow Cheese Fritters, Joy Blanket Crispy, Springroll Banana Choco, Frozen Banana Satay, Frozen Banana Bites. Karena adanya variant rasa dingin ( frozen food ) menambah daya tarik anak-anak yang gemar menikmati makanan dingin. Karena adanya resep dan teknik pengolahan yang tepat maka banana joy ini dapat bertahan selama 1 bulan tanpa menambahkan pengawet makanan, apabila disimpan didalam freezer. Hal ini merupakan nilai tambah dari segi kesehatan, praktis dan tetap terjaga kualitas rasanya. Setiap bulan produksi

yang dihasilkan sekitar 4-5 tandan buah pisang dan wilayah pemasarannya yang ada diprovinsi Jawa Tengah yaitu kota Klaten dan Solo.

Pada saat pemasaran Banana Joy ini hanya menggunakan kemasan mika plastik, dengan kemasan ini kualitas Banana Joy tetap bertahan lama setikar 5-6 jam. Namun, kualitas kemasan ini tidak begitu baik, hal ini dikarenakan suhu makanan saat dikemas masih dalam keadaan panas dan menyebabkan produk terlihat menguap didalam kemasan. Berikut ini adalah beberapa contoh kemasan yang selama ini digunakan oleh Banana Joy.



Gambar 01. Kemasan Mika Banana Joy

Sumber : Abraham Setiantra Hidayat, 21 Juni 2019



Gambar 02. Kemasan Box Banana Joy

Sumber : Abraham Setiantra Hidayat, 14 April 2018

Banana Joy telah memiliki rasa dan kualitas yang bagus, namun dengan adanya kemasan yang kurang begitu baik mengurangi nilai produk, oleh karena itu akan dirancang kemasan yang memenuhi fungsi pengemasan, fungsi ekonomi, estetika dan identitas.

## **B. Analisis Keefektifitasan Kemasan**

Analisis data yang digunakan dalam perancangan media corporate identity ini adalah Analisis SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008: 64), mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan analisis SWOT (SWOT Analysis), di mana ia menilai kekuatan (Strenghts (S), kelemahan (weakness (W), peluang (Opportunities (O) dan ancaman (Threats (T). Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa

perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, sedangkan ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (SWOT) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Berikut adalah penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Banana Joy:

- 1) Strengths (Kekuatan)
  - a) Lebih elegant dan menarik
  - b) Lebih tahan lama dan rapi
  - c) Program promosi yang ditawarkan cukup menarik yaitu khusus hari jumat, pembelian 2 paket Banana Joy mendapatkan gratis 1 paket Banana Joy.
  - d) Lokasi Banana Joy terletak didekat pasar Delanggu Klaten yang cukup ramai sehingga memungkinkan banyak pengguna jalan melihat Banana Joy.

2) Weakness (Kelemahan)

- a) Nilai identitas kemasan kurang terlihat.
- b) Banana Joy baru berdiri dua tahun dan belum banyak dikenal di masyarakat.

3) Opportunities (Peluang)

- a) Konsumen yang loyal, menyukai produk healthy snack.
- b) Pola hidup masyarakat menyukai sesuatu yang praktis.

4) Threats (Tantangan)

- a) Banyaknya pesaing-pesaing Banana Joy lainnya yang menyediakan cita rasa dan harga yang lebih murah dari Banana Joy.
- b) Banyak konsumen yang mulai bosan.

**1. Segmentasi**

1. Target Market

Guna tercapainya proses perancangan desain kemasan Banana Joy, target ditentukan dengan pertimbangan sebagai berikut.

1. Demografis

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 8 - 18 tahun

Agama : Semua Agama

Pendidikan : SD - SMA

Lokasi : Perkotaan

Kelas Ekonomi : Menengah dan menengah atas

2. Geografis

Lokasi : Solo Raya

3. Psikografis

Modern

Gemar makan di luar rumah

Menyukai hal-hal yang praktis.

4. Behavior

Suka camilan

**2. USP**

Sebuah produk perlu membangun citra tersendiri untuk menempati posisi tertentu dalam benak masyarakat. Dalam hal ini, Banana Joy berusaha menarik minat konsumen agar lebih memilih produk Banana Joy sebagai pilihan utama khususnya di Surakarta dan sekitarnya.

Adapun keunikan yang dapat dijadikan keunggulan Banana Joy dibanding kompetitornya antara lain adalah :

1. Menawarkan konsep healthy snack yang mengedepankan ke higienisan dan kualitas (*quality*)
2. Memberikan harga terjangkau (*affordability*) untuk kalangan anak-anak maupun remaja.

**3. Positioning.**

Strategi *positioning* (penempatan citra produk) merupakan hasil persepsi tentang suatu produk atau merk yang dikomunikasikan dalam

benak konsumen. Strateginya adalah dengan memperlihatkan karakteristik produk dalam benak konsumen untuk membedakan dengan kompetitor lain.

*Positioning* yang dilakukan Banana Joy adalah :

*Positioning* dalam perancangan kemasan produk Banana Joy ini dengan cara mengkomunikasikan secara visual menggunakan bahasa sehari-hari dengan menggunakan ilustrasi digital dan juga sedikit teks. Tujuannya untuk memancing anak-anak lebih tertarik. Ilustrasi yang dipakai lebih ke gaya visual pop art dan warna –warna yang digunakan adalah warna - warna cerah, yang mencerminkan anak-anak.

### **C. Strategi Kreatif**

#### **1. Konsep Estetis**

Strategi konsep promosi disusun dan disimpulkan dengan tujuan pokok adalah menciptakan suatu desain kemasan yang menarik dan masih relevan yang bisa divisualisasikan ke dalam bentuk ilustrasi, warna, tipografi, namun dengan komposisi yang sederhana dan simpel sehingga terkesan elegan dan modern.

#### **1. Strategi Verbal**

Ada beberapa unsur dalam pesan verbal, antara lain:

##### *a. Judul/headline*

Adalah bagian terpenting dalam sebuah iklan. Letaknya tidak selalu pada awal tulisan, tetapi merupakan bagian pertama yang dibaca orang. Orang akan merasa tertarik pada sebuah iklan didasarkan pada apa yang

dilihat dan yang akan dibaca. Kalimat yang digunakan adalah Banana Joy.

Headline yang dipakai pada material iklan ini adalah suatu kalimat atau nama perusahaan yaitu Banana Joy. Kalimat di headline akan dijelaskan dengan Sub Headline. Headline dengan kesederhanaan diharapkan akan mudah diingat oleh konsumen.

b. *Sub headline*

Sub headline merupakan jembatan penghubung antara headline dengan body text. Sub headline digunakan apabila kalimat dalam headline cukup panjang sehingga kurang efektif. Headline sudah memiliki kemampuan lebih untuk membangkitkan ketertarikan untuk membaca body text, maka sub headline tidak diperlukan lagi. Kalimat dalam suatu Sub Headline lebih jelas dan lebih menarik agar mudah dicerna oleh konsumen. Kalimat yang digunakan *Smile in every bites*.

**2. Strategi Non verbal**

Perancangan produk Banana Joy ini menggunakan headline “*Smile in every bites*”

a. *Typography*

Typography digunakan untuk memilih jenis huruf dan karakternya. Perancangan typography didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari tema yang diangkat, menggunakan typography yang berbentuk sederhana

namun tetap sesuai dengan karakteristik dari Banana Joy. Jenis font yang akan dipilih adalah:

1. Constantia

Jenis huruf Constantia ini bentuknya tebal tipis, tidak berkaki, sehingga memancarkan kesan non-formal, elegan, akrab, dan gampang dibaca.

Contoh

tipografinya :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2. Impact

Jenis huruf Impact memiliki kesan yang tegas dan jelas digunakan dalam materi iklan Banana Joy. Contoh tipografinya :

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

3. Mistral

Huruf ini adalah huruf dekoratif yang sangat mempunyai karakter yang sesuai dengan tema Banana Joy sendiri yaitu

kokoh sehingga Banana Joy bisa dipercaya oleh kalangan apa saja. Contoh tipografinya :

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*1234567890*

Dalam material promosi image baru dari Banana Joy, ilustrasi yang digunakan berupa foto produk dari Banana Joy, yang diharapkan bisa menjadi alat komunikasi yang efektif, orang akan lebih dapat menangkap isi dan tujuan iklan.

b. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam promosi karena warna mempunyai bahasa komunikasi yang disampaikan lewat penglihatan. Penggunaan warna menunjukkan identitas dari produk tersebut yang selanjutnya akan dipakai dalam setiap media visual yang akan digunakan. Warna-warna yang akan dominan digunakan dalam perancangan desain media promosi dari Banana Joy sebagai berikut :

Warna kuning merupakan identitas dari Banana Joy, Kuning dipilih karena warna ini dapat melambangkan sosialisasi, penuh harapan, membangkitkan semangat, dan kreatifitas, oleh karena itu warna ini menjadi warna kunci (key colour) dan akan diaplikasikan secara dominan pada setiap media.

	C: 0, M: 19, Y: 100, K: 0
	C: 43, M: 73, Y: 98, K: 57
	C: 41, M: 81, Y: 93, K: 62
	C: 47, M: 0, Y: 100, K: 0

### c. *Layout*

*Layout* atau tata letak adalah usaha untuk menyusun elemen-elemen grafis yang digunakan dalam perancangan. Perancangan ini menggunakan tahapan *layout* sebagai berikut :

#### 1. *Layout* Gagasan (*Idea Layout*)

*Layout* gagasan (*Idea Layout*) adalah tahap awal menyusun tata letak yang berbeda. Tata letak yang terpilih akan digunakan untuk pengembangan *layout* selanjutnya.

#### 2. *Layout* Kasar (*Rough Layout*)

*Layout* kasar (*Rough Layout*) adalah tahapan memilih salah satu dari *layout* gagasan. Gambar yang sama sesuai dengan ukuran sebenarnya dan sudah dapat terbaca gambar dan teksnya. *Layout* kasar (*Rough Layout*) masih dapat direvisi lagi dengan penambahan atau pengurangan elemen-elemen grafis.

#### 3. *Layout* Lengkap (*Comprehensive Layout*)

*Layout* lengkap (*Comprehensive Layout*) adalah berupa penyempurnaan dari *layout* kasar. *Layout* kasar (*Comprehensive Layout*) mempunyai ketepatan ukuran, skema, warna dan rincian lainnya untuk memperlihatkan hasil dari sebuah perancangan.

#### 4. *Final Desain*

Final desain adalah berupa visualisasi dari layout lengkap. Final desain berupa print out yang siap untuk di publikasikan

## 2. **Konsep Teknis**

Pada perancangan ini menggunakan beberapa alat dan software untuk penunjangnya, berbagai alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Kertas A4 untuk menggambar
- Pensil 2B untuk menggambar sketsa
- Penghapus
- Penggaris

Setelah sketsa masuk dalam proses tracing dan coloring. Dalam tahap ini diperlukan komputer dengan spesifikasi :

- Processor AMD A6-5400K APU with Radeon™ HD Graphics 3.60Hz
- Chipset AMD
- Memory 4.00 GB
- Hardisk 1 TB Serial ATA 5400RPM
- Display 14". Samsung LCD

Dan beberapa software yang digunakan antara lain :

#### a. Corel Draw X6

Corel Draw adalah salah satu program komputer desain grafis yang sudah banyak di kenal dan di gunakan oleh pada desainer grafis vprofesional. Program ini di buat oleh Corel, sebuah

perusahaan software yang berkantor di Ottawa, Kanada. Corel Draw memiliki kegunaan untuk mengolah gambar, oleh karena itu banyak di gunakan pada pekerjaan di dalam bidang publikasi, percetakan atau pekerjaan di bidang lain yang membutuhkan proses Visualisasi. Seperti saya sendiri yang sehari-hari mempunyai kegiatan aktif dalam bidang desain logo, jadi sangat penting sekali program Corel Draw untuk saya install dalam komputer yang setiap hari di gunakan untuk mengelola gambar atau visualisasi. Menurut saya ini sangat membantu sekali dalam pekerjaan yang berhubungan dengan gambar –menggambar. Dalam proses pembuatan buku ilustrasi ini menggunakan corel draw x6 sebagai software yang digunakan untuk membuat karakter

b. Photoshop CS

Perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek.

#### **D. Pemilihan Media**

1. Box Kemasan

Merupakan suatu peran penting sebagai pembungkus makanan, dengan menggunakan bahan duplex agar tahan terhadap suhu panas. membuat tampilan produk mempunyai daya tarik sendiri. Sebuah kemasan yang cantik dan menarik dapat menggugah minat pembeli untuk membelinya.

## 2. Spanduk

Bendera berukuran panjang yang menampilkan sebuah symbol, logo, slogan atau pesan lainnya. Spanduk dipasang pada bagian atas outlet agar terlihat dari jauh nama Brand Banana Joy. Bahan yang digunakan adalah Flexi Glossy 280 gram yang mempunyai kualitas baik.

## 3. Roll banner

Roll up banner atau sering disebut roll banner adalah sebuah banner yang dapat digulung dan cara pemasangannya dapat berdiri tegak secara vertical dan membentuk sudut 90 derajat. Roll up banner ini terlihat kokoh karena stand tempat banner dipasang terbuat dari alumunium dan stainless yang jauh lebih baik dan berat dibanding stand pada jenis banner yang lain.

Kelebihan lain dari banner jenis ini adalah banner menyatu dengan stand, sehingga ketika banner telah selesai dipakai, kain atau kertas banner tinggal digulung saja, sehingga lebih mudah untuk dibawa kemana-mana. Selain itu sebagai media beriklan, roll up banner terbilang memiliki harga yang relative terjangkau, atau bahkan bisa dikatakan murah.

## 4. Kartu Nama

Sebuah kartu yang menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan ataupun individu yang disampaikan hanya sebagai pengingat dalam sebuah perkenalan formal.

## 5. Poster

Poster adalah sebuah karya seni grafis yang dibuat dengan perpaduan antara huruf dan angka diatas kertas yang ukurannya relatif besar. Poster ini umumnya ditempel didinding atau permukaan yang relatif datar ditempat- tempat umum yang ramai agar informasi dan pesan yang ada didalam poster tersebut bisa tersampaikan kepada masyarakat. Dibuatnya sebuah leaflet tentu bukan tanpa sebab, tetapi memiliki maksud dan tujuan sendiri. Secara umum tujuan dan maksud dibuatnya poster adalah sebagai media publikasi agar masyarakat bisa membacanya dan melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang ada dalam poster tersebut.

