

## BAB III

### KONSEP PERANCANGAN

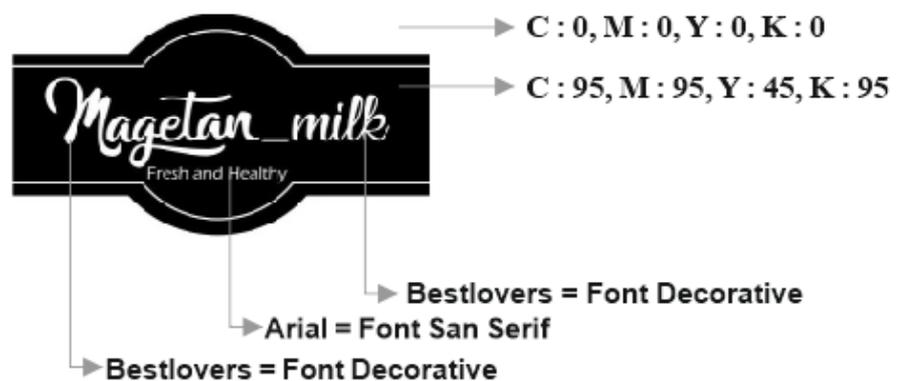
#### A. Identifikasi Data

Magetan *Milk Cafe* berdiri sejak bulan Oktober tahun 2017 yang didirikan oleh bapak Budi Sugiantono di Jalan Imam Bonjol No.16, Magetan, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Pada dasarnya satu keluarga gemar meminum susu dan tidak sengaja di *Car Free Day* bertemu dengan penjual susu yang akhirnya diajak kerjasama untuk mendirikan *Cafe* dengan menu utamanya adalah susu jelly, ada 17 varian rasa susu jelly dan masih banyak menu makanan dan minuman lainnya. namun hanya bertahan beberapa bulan pihak kedua tidak melanjutkan kerjasama tersebut sehingga bapak Budi tetap melanjutkan bisnisnya tersebut bersama istrinya. Interior *cafe* pun didesain sedikit berbeda dengan *cafe-cafe* lain yang ada di Magetan karena pada awalnya bapak Budi mempunyai ide untuk mendirikan *cafe* perpustakaan dimana pengunjung bisa menikmati menu makanan dan minuman dengan membaca buku yang telah disediakan, walaupun pada akhirnya buku yang tersedia di Magetan *Milk Cafe* belum banyak. Nama Magetan *Milk Cafe* sendiri dipilih karena menu utama yang disediakan adalah susu dan lokasi *cafe* tersebut berada di kota Magetan.

Magetan *Milk Cafe* sudah memiliki logo, akan tetapi logo tersebut kurang memberikan citra dan identitas yang melekat pada kegiatan promosi yang telah dilakukan karena logo yang diaplikasikan ke berbagai

media tidak konsisten. Maka dari itu sebuah perusahaan yang telah berdiri sejak 2017 ini sebaiknya memiliki image yang kuat. Untuk itu perlu dilakukan perancangan ulang logo, serta media promosi yang berhubungan dengan *Magetan Milk Cafe* untuk menguatkan citra *Magetan Milk Cafe* di masyarakat. Hal tersebut menjadi alasan redesain logo dan aplikasi pendukungnya untuk menunjang penguatan citra dan media promosi perusahaan.

Logo yang digunakan sebelumnya



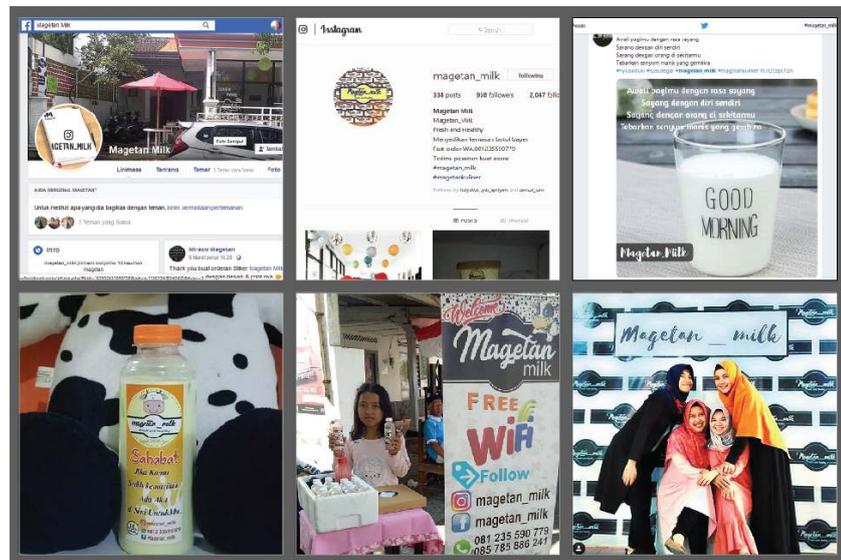
Gambar 5. Logo lama *Magetan Milk Cafe*

Sumber : Data Pribadi Pemilik *Magetan Milk Cafe*

Warna yang digunakan adalah hitam dan putih.

Font yang digunakan adalah font *Bestlovers*, font *Bestlovers* termasuk dalam kategori jenis font decorative dan Font *Arial*, font *Arial* termasuk dalam kategori jenis font san serif.

Promosi yang dilakukan *Magetan Milk Cafe* baru sebatas media sosial Instagram, twitter dan facebook serta media cetak x-banner, photobooth dan stiker pada kemasan botol saja.



Gambar 6. Promosi Sebelumnya

Sumber : Facebook, Twitter, Instagram Magetan\_milk, ( diakses 25 Oktober 2018)

Analisa SWOT

*Strenght :*

- Memiliki produk yang berbeda dengan kompetitor terdekat

*Weakness :*

- logo yang tidak konsisten dalam pengaplikasiannya.

*Opportunity :*

- Susu digemari dan dibutuhkan masyarakat
- Tidak bersifat musiman
- Kebutuhan tempat nongkrong yang semakin tinggi

*Threatment :*

- Kompetitor lain yang lebih dikenal oleh masyarakat

Promosi yang dilakukan Magetan *Milk Cafe* baru sebatas media sosial *Instagram*, *twitter* dan *facebook* serta media cetak x-banner, photobooth dan stiker saja.

## B. Analisa Data

### 1. Segmentasi

- a) *Demografi* :
  - a. Umur : 13 – 25 tahun
  - b. Jenis kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
  - c. Pendidikan : SMP – Perguruan Tinggi
  - d. Kelas Sosial : Menengah ke atas
- b) *Geografi* : mencakup wilayah Magetan dan sekitarnya khususnya Magetan kota
- c) *Psikografi* :
  - a. Orang yang suka bersantai dan mempunyai banyak teman
  - b. Pelajar SMP, pelajar SMA dan mahasiswa yang gemar meminum susu sapi segar dan sering berkumpul dengan teman-temannya di *cafe* .
- d) *Behaviour* :
  - a. Suka *hangout* dengan teman-teman
  - b. Berani mencoba inovasi baru

## 2. *Unique Selling Proposition*

Magetan *Milk Cafe* merupakan *cafe* pertama di Magetan yang mempunyai konsep *cafe* perpustakaan, dimana pengunjung bisa menikmati menu makanan dan minuman dengan membaca buku yang telah disediakan, *cafe* tersebut menyediakan susu jelly sebagai menu andalannya, susu jelly adalah susu sapi segar dengan berbagai pilihan rasa yang diberikan potongan jelly di dalamnya, dimana di *cafe-cafe* lain di Magetan tidak menyediakan menu tersebut.

## 3. *Positioning*

Positioning dalam redesain logo magetan milk *cafe* beserta promosi pendukungnya ini menggunakan jenis logo *Picture mark* dan *letter mark* (elemen gambar dan tulisan saling berpisah). Logo yang akan dibuat dengan bentuk yang simple, tidak dibuat terlalu rumit. Menggunakan icon sapi dan menggunakan font yang tidak kaku, supaya mudah ditangkap mata, mudah dikenali dan diingat bentuknya serta tidak membosankan. Logo ini kemudian akan di aplikasikan ke dalam *roll up banner*, *photobooth*, stiker, buku menu, gelas, poster, *t-shirt*, topi, *apron*, *stationary* sebagai promosi pendukungnya.

## C. Strategi Kreatif

### 1. Konsep estetis

Judul dari perancangan tugas akhir ini adalah Redesain logo Magetan Milk *cafe* beserta promosi pendukungnya. Magetan Milk *cafe* sudah memiliki logo namun pengaplikasian logonya tidak konsisten, dari hal tersebut muncul gagasan untuk redesain logo serta mengaplikasikan pada media promosi pendukungnya.

#### a. Strategi Verbal

Strategi Verbal untuk logo dan media promosi pendukungnya:

##### - Headline

Headline : Magetan Milk

Headline adalah pesan verbal yang paling ditonjolkan, pesan ini diharapkan dapat dibaca oleh pembaca pertama kalinya. Biasanya untuk menonjolkan headline, dibuat menggunakan ukuran font paling besar, sehingga dari kejauhan pesan headline tersebut yang paling dahulu dibaca. Letak headline tidak ada batasan, dapat di atas, di tengah, atau disamping.

Headline yang digunakan adalah Magetan *Milk*, karena nama *cafenya* adalah Magetan *Milk* jadi orang yang melihat akan mengetahui nama *cafe* tersebut.

- Subheadline

Subheadline : *Fresh and Healthy*

Subheadline atau sering dikenal dengan subjudul, subheadline ini adalah kalimat penjelas headline. Subheadline merupakan pesan singkat namun memberi kejelasan headline.

Subheadline yang digunakan adalah *Fresh and Healthy*, pemilihan kata tersebut untuk menjelaskan bahwa produk Magetan *Milk* itu segar dan sehat.

- b. Strategi Non Verbal

- Tipografi untuk logo dan media promosi pendukungnya :

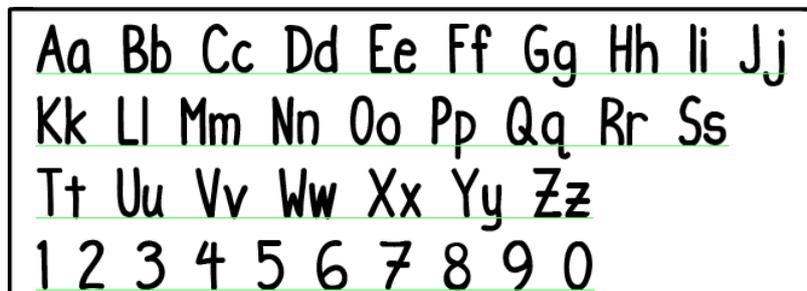
Jenis font yang akan digunakan dalam pembuatan logo ini adalah font yang tidak kaku namun juga tidak terlalu rumit supaya mudah ditangkap oleh mata. Headline yang digunakan untuk logo Magetan *Milk* menggunakan font jenis Belmonte yang memberikan kesan fun dan untuk subheadline menggunakan font *Milk Run* jenis tulisan sans serif yang jelas, dan mudah dibaca meskipun dalam ukuran kecil. body-text menggunakan font jenis Century Gothic, jenis huruf ini memiliki tingkat keterbacaan yang sangat jelas dan baik digunakan sebagai body text.

Belmonte



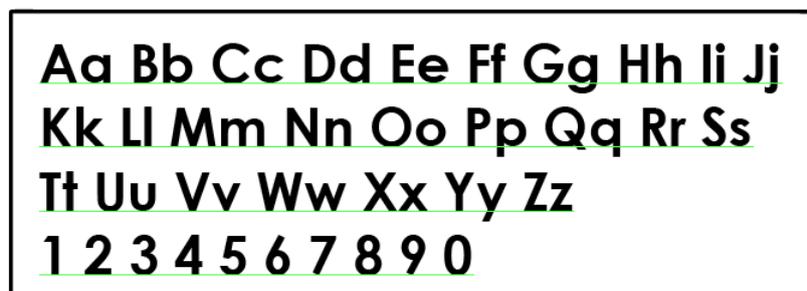
Gambar 7. Font Belmonte

Milk Run



Gambar 8. Font Milk Run

Century Gothic



Gambar 9. Font Century Gothic

- Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada Magetan *Milk* adalah icon sapi, orang yang melihat akan langung mengerti bahwa produk Magetan *milk* adalah susu sapi.



Gambar 10. Ilustrasi Icon Sapi

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com), ( diakses 25 Oktober 2018) &

Hasil Visual Logo Dari Khoirul Aniza 2018

- Warna

Warna yang digunakan adalah warna abu-abu, hitam dan putih

	<b>C : 95</b>	<b>M : 95</b>	<b>Y : 45</b>	<b>K : 95</b>
	<b>C : 70</b>	<b>M : 60</b>	<b>Y : 57</b>	<b>K : 64</b>
	<b>C : 10</b>	<b>M : 7</b>	<b>Y : 8</b>	<b>K : 0</b>
	<b>C : 0</b>	<b>M : 0</b>	<b>Y : 0</b>	<b>K : 0</b>

Gambar 11. Pallette warna (Khoirul Aniza : 2018)

- Abu-abu : dapat diandalkan, keamanan, elegan, rasa hormat, stabil, kehalusan, seimbang dan netral.
- Hitam : klasik, baru, kecerdasan, modern, kekuatan, elegan, kesatuan, mengikuti kecenderungan sosial.
- Putih : rendah hati, suci, netral, bersih, penghormatan, damai, aman, simple, lemah lembut, kebenaran.

## 2. Konsep Teknis

### - Logo Primer dan Logo Sekunder

#### a. Logo Primer



Gambar 12. Logo Primer (Khoirul Aniza : 2018)

Pada logo primer dan logo sekunder ini memiliki fungsi yang sangat berbeda-beda namun tergantung pada media pengaplikasiannya seperti apa. Logo primer ini adalah logo utama.

#### b. Logo Sekunder



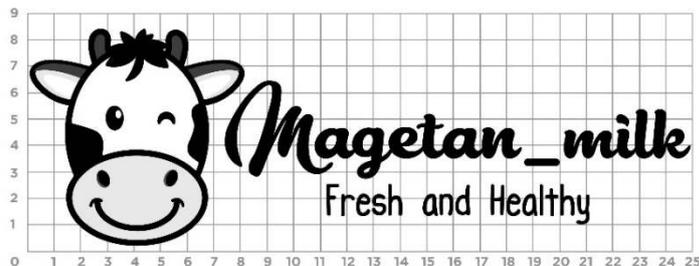
Gambar 13. Logo Sekunder (Khoirul Aniza : 2018)

Logo Sekunder ini digunakan jika logo primer tidak memungkinkan untuk digunakan, jika

menggunakan logo primer tingkat keterbacaannya kurang jelas, logo sekunder digunakan supaya tingkat keterbacaannya lebih jelas.

- Grid

Sistem grid logo digunakan sebagai panduan untuk menerapkan aplikasi logo dan memperlihatkan satuan pengukuran yang menjadi patokan agar secara teknis logo dapat diperiksa kebenaran posisinya.



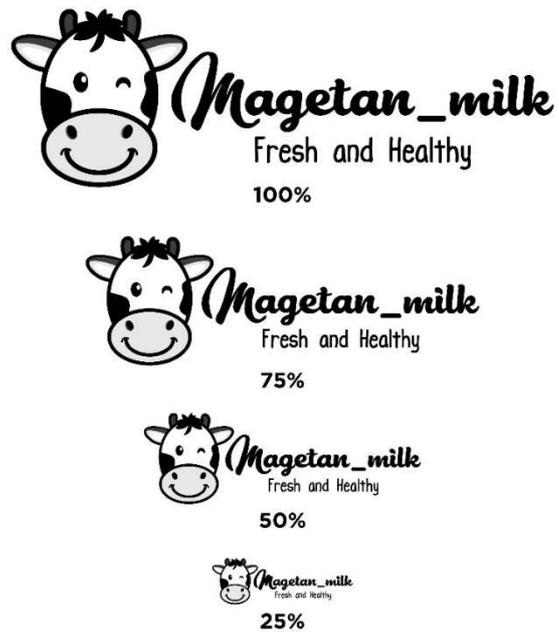
Gambar 14. Grid Logo (Khoirul Aniza : 2018)

- Scale

Penggunaan logo *Magetan Milk* dengan berbagai ukuran hingga ukuran terkecil, yaitu 4 cm. Pada ukuran tersebut logo masih dapat terbaca dan dikenali, logo yang terlalu kecil akan sulit dikenali dan diaplikasikan.



4 cm



Gambar 15. Scale Logo (Khoirul Aniza : 2018)

- Ruang minimum logo

Untuk menjaga integritas logo ada area kosong disekitar logo yang harus diperhatikan, area di dalam persegi tidak boleh diganggu atau ditempati dengan elemen grafis maupun teks. Ruang minimum pada logo ini adalah 2 cm pada keempat sisi logo.



Gambar 16. Ruang Minimum Logo (Khoirul Aniza : 2018)

- Color system

A. FULL COLOR



B. BLACK & WHITE



C. GRAYSCALE



Gambar 17. Color System (Khoirul Aniza : 2018)

D. Pemilihan media

1. Roll Up Banner

Keunggulannya 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. Manfaatnya adalah sebagai penarik minat konsumen agar datang melihat produk yang sedang dipamerkan atau ditawarkan. Penggunaan *roll up banner* ini

tergolong lebih kuat dan lebih eksklusif apabila dibandingkan jenis *banner* lainnya. Hal ini dapat dilihat karena secara kasat mata, bahan dan material *roll up banner* ini terlihat lebih eksklusif dibanding *banner* jenis lain, sehingga terlihat lebih modern.

## 2. *Photobooth*

Promosi menggunakan media ini akan berhasil dengan meletakkan logo yang lebih menonjolkan pada eksklusivitas sebuah produk atau perusahaan. Media ini digunakan sebagai background untuk foto, pengunjung *cafe* akan mengambil foto di *photobooth* lalu mengunggahnya di media sosial, dengan demikian secara tidak langsung pengunjung akan membantu promosi *cafe* lewat media sosial.

## 3. Stiker

Keunggulannya adalah harga murah dan memiliki fleksibilitas dalam penerapannya sedangkan ukurannya tidak terbatas. Manfaatnya sebagai media promosi tempel pada kemasan dan label produk. Stiker juga bisa disebar untuk memberikan identitas tertentu pada merk dagang yang ada, supaya konsumen mudah mengenali dan tertarik untuk menggunakannya secara terus-menerus.

## 4. Buku menu

Buku menu juga berperan sebagai alat promosi bagi sebuah *cafe* sebagai media komunikasi antara pihak konsumen dengan pihak *cafe* dengan mencantumkan nama makanan dan minuman dengan jelas dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti konsumen

#### 5. Poster

Kelebihan poster antara lain poster berukuran besar, sehingga mudah dan menarik untuk dibaca dan dilihat. Poster mempunyai bentuk tulisan yang singkat, padat dan tidak memerlukan waktu yang lama untuk membaca dan memahaminya. Poster dapat ditempel atau diletakkan di mana saja serta memiliki kata-kata yang menarik untuk dibaca. Adapun manfaat poster diantaranya yakni untuk memberi tambahan informasi, mengajak dan menghimbau banyak orang untuk lakukan suatu hal layaknya apa yang di gambarkan atau di tuliskan pada poster tersebut.

#### 6. T-shirt

Logo akan diaplikasikan pada T-shirt lalu digunakan karyawan sebagai seragam, bukan sekedar mampu memberikan kesan pertama dan citra positif bagi perusahaan, namun seragam juga mampu menjadi media promosi suatu produk serta mampu meningkatkan semangat dan produktifitas kerja karyawan.

## 7. Topi

Logo akan di aplikasikan pada topi lalu digunakan karyawan sebagai seragam, bukan sekedar mampu memberikan kesan pertama dan citra positif bagi perusahaan, namun seragam juga mampu menjadi media promosi suatu produk serta mampu meningkatkan semangat dan produktifitas kerja karyawan.

## 8. *Apron*

Selain untuk menjaga baju agar tetap bersih, apron juga berfungsi untuk melindungi kulit dari cipratan minyak maupun air panas. Saku *apron* juga bisa untuk membawa bahan makanan maupun peralatan masak, bisa digunakan untuk menyimpan resep makanan dan pulpen. Logo akan di aplikasikan pada apron lalu digunakan karyawan sebagai seragam.

## 9. Gelas

Gelas yang digunakan ada 2 jenis gelas, yaitu *harvest glass* untuk menyajikan minuman hangat dan *highball glass* untuk menyajikan minuman dingin. Logo akan di aplikasikan ke dua jenis gelas tersebut.

## 10. Stationery

Desain stationery harus mencantumkan logo suatu perusahaan agar pihak-pihak luar dapat dengan mudah mengingat perusahaan hanya dengan melihat logonya. Manfaat stationery salah satunya adalah meningkatkan brand awareness, Setiap saat

klien membuka kop surat dan terdapat logo perusahaan, maka semakin kuat pula identitas usaha yang akan tertanam pada mereka.

## *11. Name Store*

Penggunaan *name store* juga harus diperhatikan dalam pembuatan promosi pendukung karena kegunaannya yang cukup penting. *Name store* di letakkan di depan perusahaan supaya konsumen lebih mudah menemukan letak perusahaan.