

## BAB IV

### STRATEGI KREATIF

#### 4.1 Konsep Verbal

##### 4.1.1 Konsep Strategi Komunikasi

Pada kasus yang diangkat yaitu kurangnya kesadaran para remaja untuk membiasakan diri sebagai pelanggan café untuk dapat membuang atau membereskan wadah bekas minuman atau makanan mereka sendiri. Perilaku para remaja yang kurang peka untuk membereskan sampah yang telah mereka gunakan sendiri ini menjadikan sebuah kebiasaan negatif yang akan berdampak di kehidupan mereka selanjutnya jika tidak dimulai dan dibiasakan sejak saat ini. Ajakan budaya beres-beres mandiri ini menggunakan *hashtag* yaitu #BeresinDuluYuk!

Penggunaan *hashtag* tersebut bertujuan untuk memberikan tema sekaligus ajakan kepada target untuk mau menggerakkan budaya beres-beres mandiri di café sebagai tempat yang sering mereka kunjungi. Para remaja jaman sekarang yang erat kaitannya dan sangat dekat dengan sosial media, menjadikan penggunaan *hashtag* ini dapat dimanfaatkan oleh target agar dapat mengingat dengan mudah dan dapat memposting kebiasaan positif tersebut di sosial media seperti instagram dan twitter. Sehingga diharapkan ajakan budaya beres-beres ini dapat memberikan dampak positif ke lingkup yang lebih luas melalui platform sosial media, baik bagi target sasaran maupun café yang dijadikan sebagai tempat penyampaian pesan dalam perancangan ini.

Penggunaan bahasa menggunakan Bahasa Indonesia agar pesan dapat mudah dipahami dan tersampaikan dengan efektif. Selain itu, penggunaan kata “Hai” dalam desain memiliki fungsi yaitu sebagai bentuk sapaan dan keakraban kepada target agar target yang dimana mereka adalah pelanggan café akan tetap merasa dihargai. Adapun tagline dalam desain yaitu terletak pada kalimat “jangan lupa ya” berfungsi sebagai slogan pengingat kepada target terhadap ajakan budaya beres-beres yang akan diangkat.

Desain berisikan gambar dan tulisan dengan point of view atau penegasannya terletak pada kalimat ajakan terkait budaya beres-beres yang akan diangkat. Gambar dijadikan sebagai objek pendukung yaitu tempat sampah, gelas yang ditumpuk, dan cup minuman. Gambar visual tidak terlalu ramai

karena penggunaan warna merah pada desain sudah mencolok, agar pesan ajakan bisa tetap terbaca dan tersampaikan dengan jelas dan efektif.

## 4.2 Konsep Visual

### 4.2.1 Konsep Warna



*Gambar 4.1 Warna yang digunakan*

*(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)*

Desain media visual akan menggunakan perpaduan warna coklat terang, abu-abu kehijauan, putih, dan warna merah. Warna coklat terang dipilih untuk mewakili warna tematik yang dimiliki oleh kebanyakan café yang ada, untuk menunjukkan minuman yang dijual di café yaitu kopi. Warna abu-abu kehijauan dipilih untuk memberikan perpaduan makna yaitu kedewasaan dan tanggung jawab yang berkaitan dengan alam dan lingkungan. Warna putih untuk memberikan kesan bersih dan sederhana. Warna merah dipilih untuk memberikan kesan tegas terkait dengan pesan ajakan yang ingin disampaikan.

### 4.2.2 Konsep Tipografi



*Gambar 4.2 Tipografi yang digunakan*

*(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)*

Jenis huruf yang digunakan yaitu “Fjalla One” termasuk dalam kategori sans serif. Jenis huruf ini terlihat tegak dan rapat namun tidak kaku.

Memberikan kesan yang minimalis, sederhana, dan memiliki ketegasan. Jenis huruf ini disesuaikan dengan target sasaran yaitu remaja akhir hingga dewasa awal yang cukup bebal terhadap adanya suatu himbauan dan menyukai hal-hal yang cepat, minimalis, serta praktis.

#### **4.2.3 Konsep Bentuk**

Bentuk visual desain media yang akan dirancang menggunakan bentuk dasar bulat dan persegi panjang, serta menggunakan outline. Bentuk tersebut dipilih dan disesuaikan dengan isi konten pada setiap media visual yang akan dirancang. Bentuk bulat dipilih karena lebih fleksibel untuk diletakkan di berbagai tempat dengan memiliki sisi yang sama dari segala arah. Konten dengan penggunaan bentuk dasar bulat memiliki fungsi yaitu sebagai instruksi atau peringatan. Sedangkan bentuk persegi panjang memiliki konten yang berisikan sebuah informasi dan konfirmasi sekaligus pengingat. Penggunaan outline digunakan untuk mempertegas pesan yang ingin disampaikan kepada target. Selain itu, bentuk tulisan juga dibuat beragam yaitu lurus, melengkung, dan bergelombang untuk memberikan kesan yang unik, menarik, dan tidak terlihat kaku serta monoton.

#### **4.2.4 Konsep Logo**

Desain logo terdiri dari 2 unsur yaitu logogram dan logotype. Logogram terdapat pada gambar visual tiga gelas bertumpuk di tengah, memiliki pemaknaan yaitu sebagai gambaran yang mewakili bentuk gerakan aksi dari budaya beres-beres yang akan diangkat. Pada background menggunakan bentuk bulat dengan grid, memiliki makna fleksibel yang dapat dilihat dari segala arah dengan sisi yang sama, serta terfokus pada satu tujuan. Gerakan budaya beres-beres menjadi arahan dan pengingat bagi mereka untuk dapat mereka biasakan sejak dini yang dimulai dari diri para remaja. Hal tersebut disesuaikan dengan target yaitu remaja akhir hingga dewasa awal sebagai masa peralihan untuk menentukan gaya hidup dan perilaku yang akan mereka terapkan di kehidupan mereka. Dengan logotype yang bertuliskan “BeresinYuk” menjadi judul dari perancangan budaya beres-beres yang akan diangkat, digunakan sebagai ajakan kepada target untuk dapat membiasakan diri membereskan apa yang sudah mereka pakai. Penggunaan bahasa yang simpel agar pesan dapat mudah diingat, dipahami, dan tersampaikan secara efektif kepada target.

### 4.3 Visualisasi Desain

#### 4.3.1 Logo



# BeresinYuk

Gambar 4.3 Logo Perancangan

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)

#### 4.3.2 Stiker Meja



Gambar 4.4 Stiker Meja Bulat

Gambar 4.5 Stiker Meja Kotak

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.6 Gambaran Pemakaian Media Stiker Meja

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)

#### 4.3.3 Stiker pada Tempat Tissue dan Asbak



Gambar 4.7 Stiker tempat tissue kotak



Gambar 4.8 Stiker tempat tissue toilet

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.9 Stiker asbak sisi 1

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.10 Stiker asbak sisi 2

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.11 Gambaran Pemakaian Media Tempat Tissue dan Asbak  
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)

#### 4.3.4 Stiker Lantai



Gambar 4.12 Stiker Area Pintu Masuk dan Ruang Outdoor  
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.13 Stiker Area Wastafel

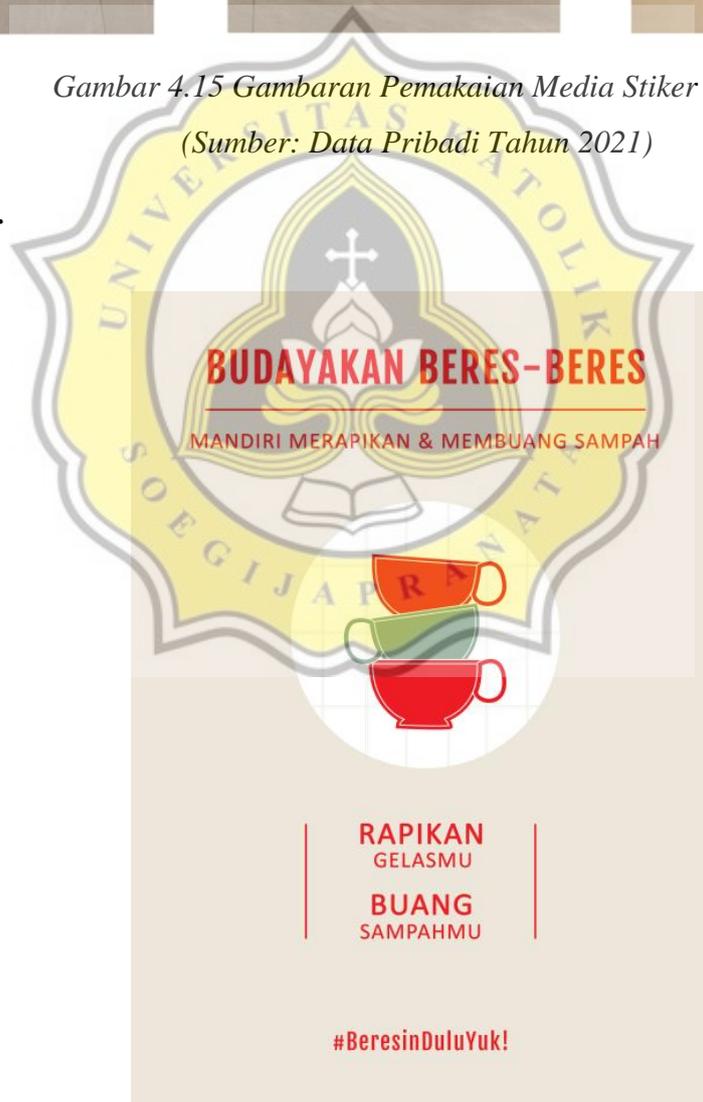
Gambar 4.14 Stiker Area Tempat Sampah

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.15 Gambaran Pemakaian Media Stiker Lantai  
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)

#### 4.3.5 Poster



Gambar 4.16 Poster  
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.17 Gambaran Pemakaian Media Poster

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)

#### 4.3.6 Merchandise



Gambar 4.18 Pin untuk Apron Barista

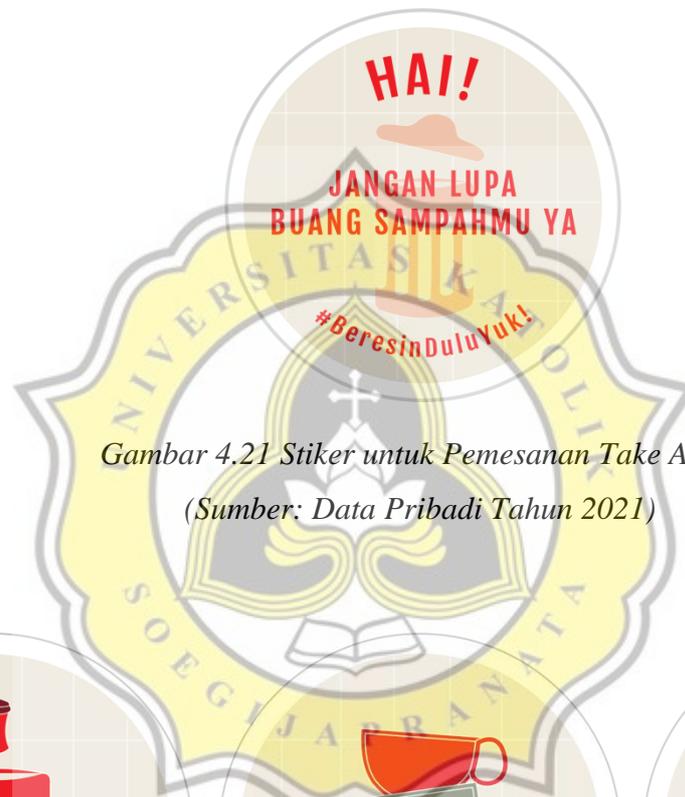
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.19 Gambaran Pemakaian Media Pin pada Apron Barista



Gambar 4.20 Stiker untuk Pemesanan Dine In



Gambar 4.21 Stiker untuk Pemesanan Take Away  
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.22 Variasi Desain Stiker Lainnya  
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)

#### 4.3.7 X-Banner



RAPIKAN GELASMU  
BUANG SAMPAHMU

#BeresinDuluYuk!

Gambar 4.23 X-Banner  
(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)



Gambar 4.24 Mockup Pemakaian Media X-Banner

(Sumber: Data Pribadi Tahun 2021)