

Bab IV: Konsep Desain

Konsep dari perancangan ini adalah membuat inovasi kemasan tematik Getuk Tri Warna merk Eco yang lebih menarik untuk anak muda (18-25 tahun), serta membuat mempromosikan inovasi kemasan tersebut di sosial media sebagai media pendukung yang sering digunakan oleh target khalayak sasaran. Karena target dari perancangan ini adalah anak muda, gaya desain perancangan ini mengambil referensi dari berbagai elemen visual yang disukai anak muda menurut survey yang sudah dilakukan, namun tetap menggunakan teori-teori desain.

4.1. Konsep Verbal

Bahasa yang digunakan pada perancangan ini adalah Bahasa yang dekat dengan anak muda dan sering digunakan anak muda, contohnya adalah penggunaan kata “cuy” “bro” dan lain lain sehingga terasa lebih dekat dengan anak muda.

a. Kemasan tematik getuk tri warna Eco

Pembeda dari kedua kemasan ini terletak pada desain visualnya (warna, ilustrasi dan tata letak) yang akan menyesuaikan dengan produk yang dijual. Menggunakan ilustrasi maskot yang sedang berkegiatan layaknya kegiatan yang dilakukan anak muda dan menggunakan warna brand Getuk Eco untuk mempertahankan identitas brand dipadukan dengan warna dari getuk tri warna dan beberapa warna cerah yang membuat kemasan semakin terlihat menarik bagi anak muda. 2 versi kemasan, kemasan untuk getuk tri warna merk Eco yang vakum dan non-vakum, memiliki ukuran yang sama (Panjang 12cm lebar 6cm dan tinggi 16cm).

b. Iklan Story Instagram

Sebuah poster iklan digital berukuran 1080 x 1920pixel (rasio 9:16) yang berisi foto produk dan kemasan tematik yang baru, serta poster tersebut didesain dengan elemen elemen yang disesuaikan dengan desain kemasan tematik yang tertera sehingga terkesan harmonis dengan produk yang dijual. Pada poster iklan digital ini juga terdapat pertanyaan “Suka jajan? Udah tau belum jajanan khas magelang satu ini?” untuk menarik perhatian khalayak sasaran. Poster iklan ini dapat di *Swipe-up* oleh pembaca, saat melakukan *swipe-up*, pembaca akan menuju Instagram Getuk Eco yang berisi beberapa postingan mengenai kemasan special ini.

c. Poster promosi

Poster promosi digital berisi foto produk, informasi seputar getuk dan lain lain akan dibuat dalam rasio 1:1 berukuran 1080 x 1080 pixel, akan di unggah di Instagram dalam bentuk multiple photo dalam 1 post, sehingga pembaca dapat melakukan swipe left untuk melihat poster dan berbagai informasi mengenai getuk tri warna Eco serta kemasan tematik yang baru ini. Selain poster digital dan poster cetak, ada juga poster promosi yang berbentuk x-banner untuk mempromosikan kemasan baru ini yang diletakan di depan outlet.

4.2. Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan ini mengambil referensi dari elemen elemen visual yang disukai khalayak sasaran (anak muda berusia 18-25 tahun) berdasar survey dan digabungkan dengan tone & manners dari brand Getuk Eco, namun tetap menggunakan teori-teori desain yang ada pada tinjauan Pustaka.

a. Typeface

Jenis font yang akan digunakan pada perancangan ini adalah Sans Serif, karena menurut ciptagrafika, jenis font san serif memiliki karakter yang bersih, modern, muda dan sederhana sehingga cocok untuk khalayak sasaran perancangan ini, yaitu anak muda. Hal ini juga didukung dengan data kuisisioner, yang menunjukkan bahwa jenis font sans serif memiliki vote terbanyak dari responden. Font yang akan digunakan pada perancangan ini adalah Tw Cent, karena salah satu font dari keluarga sans serif ini terlihat sederhana, bersih, santai dan modern. Untuk text yang lebih kecil, font sans serif yang akan digunakan adalah Roboto.

The quick brown fox jumps over the lazy fox

(Tw Cent)

b. Warna

Warna yang digunakan pada perancangan ini adalah warna dari brand Getuk Eco yaitu warna merah, kuning, hitam dan putih. Selain warna dari brand Getuk Eco, akan ditambahkan juga warna dari getuk tri Warna yaitu pink, putih tulang dan coklat karena sesuai dengan produk yang dijual dan banyak disukai oleh anak muda menurut survey yang telah dilakukan. Selain itu juga ada warna-warna pendukung berupa warna cerah dan terkesan bersemangat yang cocok untuk anak muda.



Gambar 4. 1 Palet warna Getuk Tri Warna



Gambar 4. 2 Warna Brand Getuk Eco



Gambar 4. 3 Warna cerah dan solid sebagai warna pendukung

c. Moodboard

Kesan yang ingin ditunjukkan dari perancangan ini adalah muda, aktif, dinamis, colorful, dan bertema makanan getuk tri warna yang menjadi makanan yang *hits* di kalangan anak muda.



Gambar 4. 4 Moodboard

d. Re-visualisasi maskot

Visualisasi ulang maskot lama namun tidak mengubah makna dan karakter maskot aslinya, Maskot asli dari Getuk Eco adalah karakter Singkong yang memiliki wajah, tangan dan kaki dan menggunakan celana merah.

a) Sketsa

Maskot menggunakan pakaian dan wajah dengan maskot asli, namun pose didesain menjadi terkesan lebih dinamis menyesuaikan dengan gaya desain kemasan yang dinamis dan sifat anak muda yang juga dinamis.



Gambar 4. 5 Alternatif 1 visualisasi maskot

b) Revisualisasi Maskot

Maskot Getuk Eco yang lebih terkesan dinamis sehingga lebih cocok untuk khalayak sasaran (anak muda). Maskot ini dapat digunakan di berbagai media promosi dan merchandise.



Gambar 4. 6 Revisualisasi maskot

e. Ilustrasi Kemasan

Ilustrasi pada kemasan ini akan menggambarkan maskot sedang melakukan kegiatan yang biasa dilakukan khalayak sasaran seperti ngemil, menonton tv dan bertamasya. Ilustrasi kemasan non-vakum digambarkan sedang menonton TV dirumah sambil

makan getuk karena getuk non-vakum hanya bertahan 3 hari dan cocok langsung dimakan setelah dibeli, sedangkan yang kemasan vakum diilustrasikan sedang bertamasya, karena kemasan getuk kemasan vakum dapat bertahan hingga 3 minggu sehingga cocok untuk menjadi bekal bertamasya atau bepergian jauh.



Gambar 4. 7 Sketsa Ilustrasi kemasan Non-vakum

Gambar 4. 8 Sketsa ilustrasi kemasan vakum



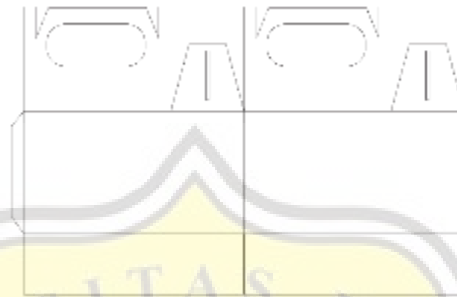
Gambar 4. 9 Ilustrasi kemasan non-vakum



Gambar 4. 10 Ilustrasi kemasan vakum

f. Kerangka kemasan

Kemasan versi vakum berbentuk box dengan tambahan bagian atas untuk mempermudah produk saat dibawa. Selain terlihat dinamis dan lucu dibanding kemasan berbentuk box biasa, kemasan ini juga lebih praktis saat dibawa bahkan tanpa tas sehingga lebih cocok untuk anak muda.



Gambar 4. 11 Kerangka Kemasan



Gambar 4. 12 Referensi bentuk kemasan

4.3. Visualisasi Desain

A. Kemasan Non-Vakum

1. Sisi Depan

Pada sisi depan kemasan, terdapat logotype Getuk Eco, Logogram Getuk Eco, dan logo Hallal beserta No. LP.POM Mui, dan ada ilustrasi maskot sedang menonton TV bersantai sambil memakan camilan getuk Eco, menggunakan warna yang diambil dari getuk tri warna untuk latar belakang, dan menggunakan warna merah dan kuning dari brand Getuk Eco untuk warna aksen yang mencolok. Lalu juga ada

typografi yang menginformasikan tentang produk di dalamnya yaitu Getuk Tri Warna.



Gambar 4. 13 Sisi depan kemasan non-vakum

2. Sisi Kiri

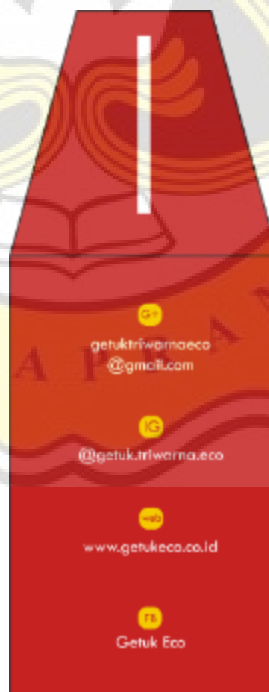
Sisi kiri kemasan non-vakum berisi logotype Getuk Eco, beserta informasi tentang alamat dan nomor telepon toko. Warna yang digunakan adalah warna dari brand getuk Eco yaitu merah, kuning, putih dan hitam untuk mempertahankan warna brand yang sudah dikenal luas.



Gambar 4. 14 Sisi kiri kemasan non-vakum

3. Sisi Kanan

Sisi kanan kemasan vakum berisi informasi mengenai berbagai sosial media dan website dari Getuk Eco.



Gambar 4. 15 sisi kanan kemasan non-vakum

4. Belakang

Pada sisi bawah kemasan terdapat berbagai informasi seperti Informasi seputar merk Eco, Informasi Nilai Gizi, isi bersih, komposisi, kode produksi, tanggal kedaluarsa, serta petunjuk untuk menghangatkan getuk agar mendapat tekstur yang lebih lembut. Sisi bawah ini didesain dengan layout yang lebih teratur dan lebih padat daripada desain sisi bawah yang terdapat pada kemasan lama. Desain pada sisi bawah ini juga menggunakan warna dari brand Getuk Eco. Selain itu, icon petunjuk memanaskan getuk juga diperbarui sehingga memiliki gaya desain yang sama dengan keseluruhan desain nya, yaitu menggunakan sudut yang tumpul dan membulat sehingga memberikan kesan yang lebih dinamis dan fleksibel.



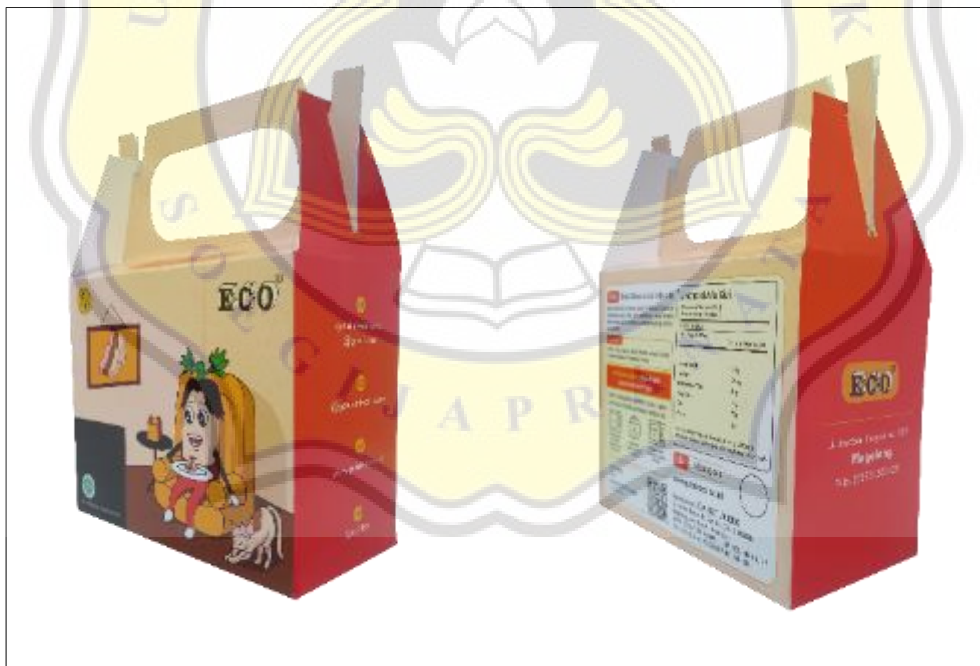
Gambar 4. 16 desain baru Sisi bawah Kemasan non-vakum

5. Desain keseluruhan kemasan non vakum



Gambar 4. 17 Desain keseluruhan kemasan non-vakum

6. Foto Kemasan



Gambar 4. 18 Foto kemasan non-vakum

B. Kemasan Vakum

1. Sisi Depan

Bagian depan kemasan non vakum ini terdapat Ilustrasi maskot sedang bertamasya karena kemasan vakum ini memiliki daya tahan yang lama (3 minggu) sehingga menggambarkan bawah getuk tri warna kemasan vakum ini cocok untuk dibawa sebagai bekal bepergian jauh yang memakan waktu lama, lalu ada logo Hallal, logotype Getuk Eco, beserta logogram getuk Eco. Warna latar belakang yang digunakan adalah biru langit dan hijau rumput dan pohon yang cerah, lalu warna utama yang mencolok adalah warna kuning dan merah yang diambil dari warna merk Getuk Eco. Pada bagian atas terdapat tipografi yang berisi informasi bahwa produk yang di dalamnya adalah produk getuk Vakum, juga terdapat icon jam yang menggambarkan getuk vakum ini memiliki waktu simpan yang cukup lama.



Gambar 4. 19 sisi depan kemasan vakum

2. Sisi Belakang

Sisi Belakang kemasan berisi berbagai informasi seperti Informasi Nilai Gizi, isi bersih, komposisi, kode produksi, tanggal kedaluarsa, serta petunjuk untuk menghangatkan getuk agar mendapat tekstur yang lebih lembut. Warna yang digunakan adalah warna dari brand getuk Eco (Merah dan kuning).



Gambar 4. 20 sisi belakang kemasan vakum

3. Sisi Kanan

Sisi kanan kemasan vakum ini didesain dengan warna brand Getuk Eco (merah dan kuning), berisi informasi mengenai sosial media Getuk ECO.



Gambar 4. 21 sisi kanan kemasan vakum

4. Sisi Kiri

Sisi kiri kemasan vakum terdapat logotype Getuk Eco, dan informasi mengenai alamat toko Getuk Eco beserta nomor telepon. Didesain menggunakan warna dari brand Getuk Eco.



Gambar 4. 22 sisi kiri kemasan vakum

5. Desain keseluruhan kemasan vakum

Pada bagian bawah, terdapat berbagai informasi seputar cara menghangatkan getuk, informasi untuk segera mengkonsumsi produk, informasi seputar brand Getuk Eco yang didesain dengan warna dari brand Getuk Eco.



Gambar 4. 23 Desain keseluruhan kemasan vakum

6. Foto kemasan



Gambar 4. 24 Mockup kemsan vakum alternatif 1

C. Desain iklan

1. Iklan Story Instagram

Poster yang diaplikasikan pada media story Instagram akan dipromosikan melalui Instagram Ads, guna menarik perhatian khalayak sasaran untuk melakukan Swipe Up dan mencari info lebih lanjut mengenai Getuk Tri Warna ECO.



Gambar 4. 25 Iklan Story Instagram

2. Iklan Post Instagram

Iklan post Instagram berupa 3 buah poster digital berukuran 1080px x 1080px. Poster pertama berisi iklan tentang Getuk Tri Warna ECO kemasan baru, poster kedua berisi penjelasan singkat mengenai Getuk Tri Warna, dan poster ketiga berisi iklan mengenai Getuk Tri Warna ECO versi kemasan vakum.



Gambar 4. 26 3 post iklan Instagram



Gambar 4. 27 Iklan Post instagram 1



Gambar 4. 28 Iklan post instagram 2



Gambar 4. 29 Iklan post Instagram 3

3. Gantungan kunci dan stiker

Gantungan kunci dan stiker bergambar mulut maskot dan ilustrasi getuk eco yang menggambarkan getuk tri warna sebagai camilan, dan terdapat logotype Getuk Eco. Warna yang digunakan adalah warna merah dan kuning khas brand Getuk Eco.



Gambar 3. 24 Gantungan kunci dan stiker

4. Iklan X-Banner

Sebuah X-Banner yang diletakkan di depan toko sebagai media pendukung untuk mempromosikan kemasan baru. Berukuran 160 x 60cm.

**SUKA JAJAN?
SUKA NYEMIL?**

Cobain yuk,
Getuk Tri Warna Eco
Kemasan baru !!



Figure 1 Media Pendukung X-Banner