

## BAB III

### STRATEGI KOMUNIKASI PERANCANGAN

Pada perancangan komunikasi visual kemasan untuk kue cikak ini, yang target sarasannya adalah kaum muda usia 15-24 tahun penulis memakai beberapa strategi pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang akurat agar kedepannya perancangan bisa dapat mencapai tujuannya, sebagai sebuah media informasi dan pemasaran bagi kaum muda lewat desain kemasan yang dirancang. Tahapan - tahapan yang dipakai dalam penelitian ini di antaranya adalah data kuesioner, data wawancara, data analisa studi literatur, data observasi dan analisis SWOT.

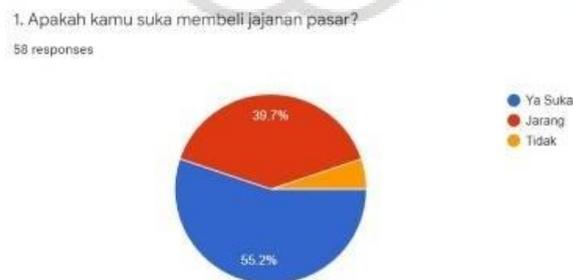
Pada tahap pertama yang dilakukan adalah penulis menyebarkan kuesioner di Kota Cirebon, kepada kaum muda yang berusia 15-24 tahun yang menjadi target utama dalam perancangan ini. Pada tahap kedua yaitu wawancara penulis melakukan wawancara mendalam kepada produsen pembuat kue cikak yang sudah lama mempunyai bisnis jajanan tradisional dan sudah mempunyai nama toko sendiri yaitu Toko Roti Queen yang berdiri sejak tahun 2010. Tahap ketiga yaitu studi literatur penulis mencari dan mempelajari dari jurnal-jurnal juga buku seputar desain kemasan, kemasan sebagai perbandingan dalam penggunaan warna, ilustrasi, tipografi dan layout pada kemasan. Berikut adalah hasil-hasil yang di dapat dari proses tahapan-tahapan di atas :

#### 3.1. Data

##### 3.1.1 Data Kuesioner 1

Data kuesioner yang di sebar penulis dilakukan secara online lewat google form yang diberikan kepada target sasaran yaitu kaum muda usia 15 – 24 tahun yang berdomisili tinggal di Kota Cirebon, yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang ditujukan untuk memperkuat terhadap apa yang akan dirancang oleh penulis dalam. Kuesioner yang disebar selama 3 hari di dapati sebanyak 58 responden yang mengisi dengan hasil sebagai berikut :

1. Apakah kamu suka membeli jajanan pasar? Sebanyak 32 (55.2%) orang menjawab menyukainya, 23 (39.7%) menjawab jarang, dan 3 (5.2%) menjawab tidak.

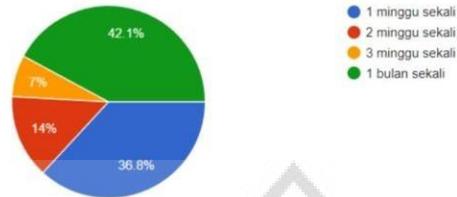


*Gambar 7: Diagram Responden*

2. Seberapa sering kamu ke pasar? Sebanyak 24 (42.1%) orang 1 bulan sekali ke pasar, 21 (36.8%) 1 minggu sekali, 8 (14%) 2 minggu sekali, 4 (7%) 3 minggu sekali.

2. seberapa sering kamu ke pasar?

57 responses

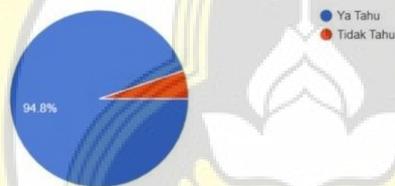


Gambar 8 : Diagram Responden

3. Apakah kamu tahu Kue Cikak? 55 (94.8%) orang tahu, 3 (5.2%) tidak tahu.

3. Apakah kamu tau Kue Cikak / Kue Ku ? ( Kue Ku ini terbuat dari tepung tepung beras dan tepung ketan untuk kulit bagian luar sehingga tekstur kulit dari Kue Ku ini terasa kenyal. Terdapat isian yang dimasukkan di dalam Kulit Kue Ku tadi, seperti isian kacang hijau, kacang merah, atau kelapa parut yang sudah di campur dengan gula merah)

58 responses

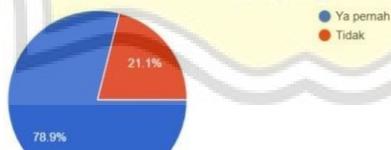


Gambar 9 : Diagram Responden

4. Apakah kamu pernah merasakan Kue Cikak? 45(78.9%) pernah merasakan, 12 (21.1%) belum pernah merasakan.

4. Apakah kamu pernah merasakan kue cikak/kue ku ? yang ada pada gambar di atas?

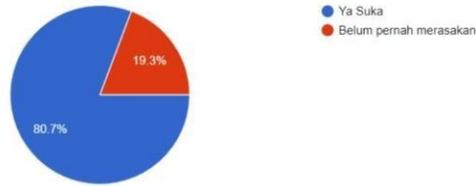
57 responses



Gambar 10 : Diagram Responden

5. Apa kamu suka dengan rasanya ketika pernah mencobanya? 46 (80.7%) suka dengan rasanya, 11 (19.3%) belum pernah mencoba.

5. Apa kamu suka dengan rasanya ketika pernah mencobanya?  
57 responses



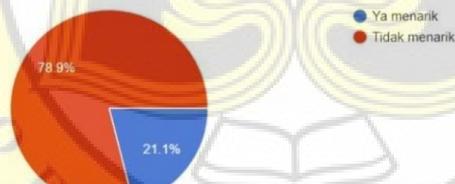
Gambar 11: Diagram Responden

6. Apa menurutmu kemasan dibawah ini terlihat menarik? 45 (78.9%) mengatakan tidak menarik, 12 (21.1%) mengatakan menarik.



Gambar 12 : Kemasan Cikak

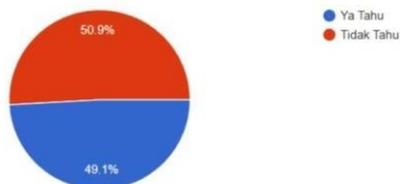
6. Apa menurutmu kemasan di bawah ini terlihat menarik?  
57 responses



Gambar 13: Diagram Responden

7. Apa kamu tahu bahwa jajanan pasar yang terkesan sederhana mempunyai nilai sejarah dan filosofinya sendiri? 29 (50.9%) menjawab tidak tahu, 28 (49.1%) menjawab tahu.

8. Apa kamu tahu bahwa sebuah jajanan pasar yang terkesan sederhana mempunyai nilai sejarah & filosofinya sendiri ?  
57 responses



Gambar 14: Diagram Responden

8. Ketika kamu ingin membeli makanan apakah kamu lebih tertarik dengan visual kemasan yang menarik? 53 (93%) mengatakan Ya, 4 (7%) mengatakan tidak.

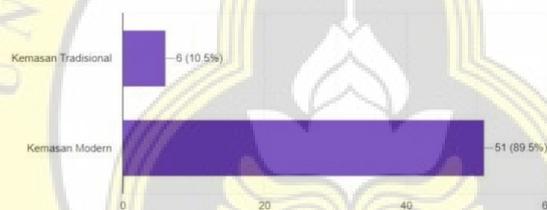
9. ketika kamu ingin membeli makanan, apakah kamu lebih tertarik membeli makanan dengan visual kemasan yang menarik?  
57 responses



Gambar 15 : Diagram Responden

9. Dari desain kemasan di bawah ini mana yang menurutmu lebih menarik? 51 (89.5%) memilih kemasan modern, 6 (10.5%) memilih kemasan tradisional.

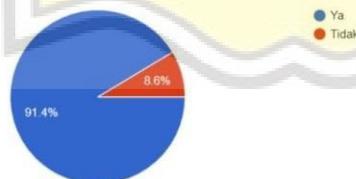
10. Dari desain kemasan dibawah ini mana yang menurutmu lebih menarik ?  
57 responses



Gambar 16 : Diagram Responden

10. Apa menurut kalian kemasan jajanan modern lebih terlihat menarik, dan keren daripada kemasan tradisional? 53 (91.4%) menjawab Ya, 5 (8.6%) menjawab tidak.

21. Apa menurut kalian kemasan jajanan modern lebih terlihat menarik, keren daripada kemasan jajanan tradisional?  
58 responses



Gambar 17 : Diagram Responden

11. Jika kemasan jajanan tradisional dibuat lebih menarik dan modern, dengan terdapat ilustrasi yang bisa menjelaskan informasi sejarah makanan tersebut, apa kalian berminat untuk membeli jajanan tersebut? 56 (96.6%) berminat, 2 (3.4%) tidak berminat.

22. Jika kemasan jajanan tradisional dibuat lebih menarik dan modern, dengan terdapat ilustrasi yang bisa menjelaskan informasi sejarah makanan tersebut. Apa kalian berminat untuk membeli jajanan tersebut?

58 responses



Gambar 18: Diagram Responden

12. Jika ada suatu desain kemasan, poster, infografis, ataupun media desain lainnya yang mempunyai ilustrasi yang bisa menjelaskan sejarah atau filosofi dari makanan tersebut apa kamu tertarik? 54 (93.1%) menjawab tertarik, 4 (6.9%) menjawab tidak tertarik.

11. Jika ada suatu desain kemasan, poster, infografis, ataupun media desain lainnya yang mempunyai ilustrasi yang bisa menjelaskan sejarah/filosofi dari makanan tersebut apa kamu tertarik?

58 responses

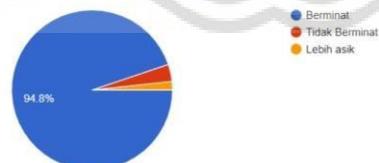


Gambar 19: Diagram Responden

13. Apa kamu berminat membeli Jajanan Tradisional Cikak ini agar keberadaannya tetap terjaga dan tidak punah dimakan zaman? 55 (94.8%) menjawab berminat, 2 (3.4%) menjawab tidak berminat.

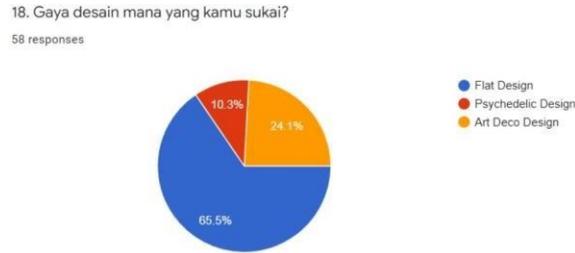
23. Apakah kamu berminat membeli jajanan tradisional Cikak/Kue Ku ini agar keberadaannya tetap terjaga dan tidak punah dimakan jaman?

58 responses



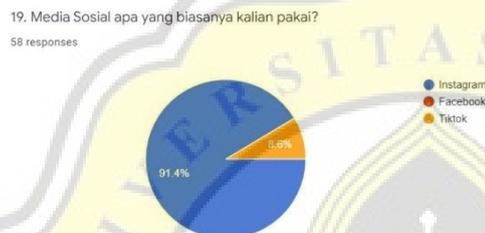
Gambar 20 : Diagram Responden

14. Gaya desain mana yang kamu sukai? 38 (65.5%) memilih flat desain, 14 (24.1%) memilih Art Deco, 6 (10.3%) memilih Psychedelic



Gambar 21: Diagram Responden

15. Media sosial apa yang biasanya kalian pakai? 53 (91.4%) memakai instagram, 5 (8.6%) memakai tiktok

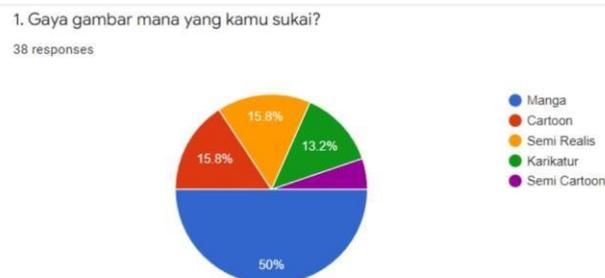


Gambar 22 : Diagram Responden

### 3.1.2 Data Kuesioner Ke 2

Data kuesioner ke 2 disebar secara online lewat google form yang diberikan diberikan kepada target sasaran yaitu kaum muda usia 15 – 24 tahun yang berdomisili tinggal di Kota Cirebon, yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang ditujukan untuk memperkuat terhadap apa yang akan dirancang oleh penulis dalam. Kuesioner yang disebar selama 3 hari di dapati sebanyak 38 responden yang mengisi dengan hasil sebagai berikut :

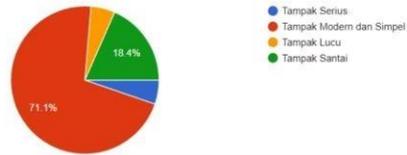
1. Gaya gambar mana yang kamu sukai? Sebanyak 19 (50%) memilih gaya gambar manga, 6 (15.8%) memilih gaya cartoon, 6 (15.8%) memilih gaya semi realis, sebanyak 5 (13.2%) memilih karikatur.



Gambar 23 : Diagram Responden

2. Jenis huruf apa yang kamu sukai? Sebanyak 27 (71.1%) memilih tampak modern dan simpel, sebanyak 7 (18.4%) memilih tampak santai, sebanyak 2 (5.3%) memilih tampak serius, sebanyak 2 (5.3%) memilih tampak lucu.

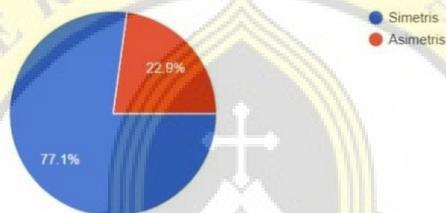
2. Jenis huruf apa yang kamu sukai?  
38 responses



Gambar 24 : Diagram Responden

3. Jenis layout mana yang kamu sukai? Sebanyak 27 (77.1%) memilih layout simetris, sebanyak 8 (22.9%) memilih layout asimetris.

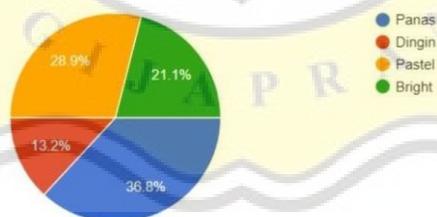
3. Jenis layout mana yang kamu sukai?  
35 responses



Gambar 25: Diagram Responden

4. Warna mana yang kamu sukai? Sebanyak 14 (36.8%) memilih warna panas, sebanyak 11 (28.9%) memilih warna pastel, sebanyak 8 (21.1%) memilih warna bright, sebanyak 5 (13.2%) memilih warna dingin.

6. Warna mana yang kamu sukai?  
38 responses



Gambar 26 : Diagram Responden

### 3.1.3 Data Wawancara

Data wawancara yang didapatkan dalam wawancara mendalam kepada produsen pembuat kue cikak, yang ditemui secara langsung oleh penulis. Wawancara mendalam di lakukan kepada pemilik toko yang tidak ingin disebutkan namanya, dari hasil yang di dapat dalam wawancara ini di dapati beberapa poin berikut ini :

1. Pelanggan atau konsumen yang membeli jajanan di Toko Roti Queen masih banyak dari kalangan orang tua, jarang anak muda yang membeli jajanan tradisional.
2. Pemilik toko kue mempunyai keinginan untuk bisa mempunyai kemasan yang bisa memuat 5-10 kue cikak agar bisa lebih praktis ketika ada yang membeli karena toko masih belum mempunyai kemasan box untuk memuat produk jajanan. Kemasan yang diinginkan tidak terlalu besar, dan terlihat menarik agar dapat lebih menarik perhatian lebih.
3. Media promosi selama ini yang sudah dilakukan baru dari mulut ke mulut, pemilik toko menginginkan sebuah media informasi yang bisa memasarkan produknya lewat media digital seperti promosi pada media sosial instagram.

### 3.1.4 Data Khalayak Sasaran (Persona)

Data khalayak sasaran yang digunakan pada perancangan ini menggunakan bentuk persona, untuk memberikan gambaran dan mewakili pada perancangan ini. Berikut adalah data khalayak sasaran dalam bentuk persona.

1. Psikografis.  
Kaum Muda yang sudah mempunyai handphone pribadi, kaum muda yang belum mengetahui sejarah jajanan tradisional.
2. Demografis  
Kaum muda usia 15-24 tahun, pria dan wanita, Siswa SMA dan Mahasiswa/mahasiswi.
3. Geografis  
Kaum muda yang tinggal di Cirebon.

Yuliana ( 15 Tahun )



- Basic information :

Siswi SMA kelas 10, tinggal di kota Cirebon

- Personality :

Sering berbagi makanan, suka mengkonsumsi camilan, humble, aktif bermain media sosial

- Goals :

Mengetahui sejarah jajanan tradisional dan mengetahui jajanan tradisional mempunyai nilai filosofi.

- Pain Points :

Kemasan produk kurang menarik perhatian.

Alex ( 20 Tahun)



-Basic information :

Mahasiswa semester awal, tinggal di kota Cirebon.

-Personality :

Humble, aktif berkegiatan kemahasiswaan, suka nongkrong bersama teman.

-Goals :

-Mengetahui sejarah jajanan tradisional dan mengetahui jajanan tradisional mempunyai nilai filosofi.

-Pain Points :

Tidak tertarik dengan kemasan yang kurang menarik.

### 3.2 Hasil Analisis

- Basic information :

Mahasiswa semester awal, tinggal di kota Cirebon.

- Personality :

Humble, aktif berkegiatan kemahasiswaan, suka nongkrong bersama teman.

- Goals :

- Mengetahui sejarah jajanan tradisional dan mengetahui jajanan tradisional mempunyai nilai filosofi.

- Pain Points :

Tidak tertarik dengan kemasan yang kurang menarik.

#### 3.2.1 Analisis Data

##### 3.2.1.1 Data Kuesioner

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan penulis, melalui cara menyebarkan kuesioner kepada target sasaran yaitu kaum muda usia 15-24 tahun dengan jumlah responden yang di dapat yaitu 58 responden, mendapat hasil yaitu banyak anak muda yang menyukai jajanan tradisional, akan tetapi masih banyak yang belum mengetahui tentang sejarah atau filosofi dari sebuah makanan tradisional yang pernah mereka rasakan. Dari data di atas, mereka juga mayoritas sudah pernah mencoba rasa dari kue ku dan mereka menyukai rasanya, mereka juga lebih tertarik ketika membeli suatu makanan dengan visual kemasan yang menarik contohnya seperti mereka lebih memilih kemasan modern dengan sebuah ilustrasi, warna, tipografi, dan karakter yang ada pada sebuah kemasan daripada memilih kemasan yang tanpa mengandung unsur visual. Dalam penilaian sebuah kemasan mereka pun lebih banyak memilih setuju jika kemasan modern lebih terlihat menarik dan keren, mereka juga setuju dan berminat membelinya jika ada sebuah kemasan yang dibuat menarik dengan mengandung informasi sejarah si makanan tersebut demi terjaganya eksistensi sebuah jajanan tradisional. Pada pemilihan gaya desain yang akan diterapkan dalam keseluruhan media yang dibuat, akan memakai aliran flat desain, pada media pendukung yang digunakan sebagai promosi nantinya akan memakai media sosial instagram yang mayoritas dipakai oleh target sasaran.

Pada data kuesioner kedua yang dibagikan kembali ke target sasaran, mayoritas target memilih gaya gambar aliran manga, gaya gambar tersebut akan diterapkan dalam ilustrasi yang akan dipakai pada kemasan dan juga pada media pendukungnya. Pada pemilihan tipografi yang dipakai, target sasaran lebih memilih tipografi yang berkesan modern dan simpel, dalam perancangan ini penulis akan memilih font jenis sans serif yang mewakili kedua kesan tersebut, pemilihan layout pada media yang akan dipakai juga akan memakai layout simetris sesuai dengan yang disukai mayoritas target sasaran, dan pada pemilihan warna yang akan dipakai menggunakan warna panas pada desain yang akan dibuat, warna panas akan membantu juga dalam menarik perhatian target sasaran.

7

### **3.2.1.2 Data Wawancara**

Berdasarkan penelitian hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan penulis kepada produsen Toko Roti Queen, pelanggan yang membeli produk di toko masih banyak dari kalangan orang tua, jarang adanya kaum muda yang membeli jajanan tradisional di toko, perlunya media kemasan yang terlihat menarik dan praktis agar dapat memuat cukup banyak kue di dalamnya. Kemasan harus terlihat menarik agar dapat menarik perhatian konsumen. Media promosi juga dibutuhkan agar toko kue Queen dapat lebih dikenal masyarakat luas, lewat media sosial seperti instagram.

### **3.2.2 Analisis SWOT**

Analisis SWOT dalam penggunaan media yang dipakai adalah berupa desain kemasan, pemilihan desain kemasan digunakan agar kemasan jajanan kue cikak yang masih menggunakan plastik sederhana, dapat di ubah lebih menarik dari segi tampilan kemasan yang dipakai. Desain kemasan dapat menarik perhatian bagi konsumen, kemasan juga bisa memberikan sebuah informasi penting untuk diketahui bagi konsumen sebelum memutuskan membeli suatu produk. Pada analisis SWOT yang dipakai dalam perancangan ini hasil yang di dapat sebagai berikut :

#### **1. Strength**

Produsen Kue Queen telah berdiri sejak lama yaitu dari tahun 2010, kemasan yang dipakai pada produk kue cikak terbilang murah yaitu hanya menggunakan plastik bening yang membuat biaya pengemasan lebih hemat.

#### **2. Weakness**

Pemakaian kemasan hanya menggunakan plastik bening yang hanya terdapat logo toko dalam kemasannya terlihat kurang menarik, kemasan tidak mempunyai ilustrasi, dan warna yang menarik untuk menarik minat konsumen.

### 3. Opportunity

Dengan adanya kemasan yang bisa memberikan informasi dari sejarah makanan itu sendiri, diharapkan kaum muda bisa paham dengan sejarah makanan tersebut, kemasan baru yang memakai unsur desain diharapkan akan menambah nilai jual jajanan cikal produksi Queen dan minat konsumen yang tidak hanya dari kalangan orang tua, tetapi menambah dari kalangan muda.

### 4. Threat

Persaingan dengan jajanan modern lainnya yang ada di pasaran pada saat ini yang mempunyai kemasan-kemasan menarik, produsen lainnya dikhawatirkan sama-sama membuat konsep ide yang sama pada kemasan yang mereka pakai dengan kemasan yang dipakai produsen Queen.

## 3.3 Strategi Komunikasi

### 3.3.1 Pendekatan Verbal

Pada penggunaan bahasa yang akan dipakai dalam perancangan ini, pemakaian bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia karena menyangkut dengan tema tradisional. Pemakaian kata yang dipakai menggunakan kata-kata yang biasa dipakai oleh anak muda, yang sifatnya informal agar informasi yang disampaikan tidak terlalu kaku. Pemakaian kata menggunakan bahasa yang jelas dan tidak ambigu ketika dibaca, memakai bahasa sehari-hari yang umumnya digunakan oleh kaum muda. Dalam pemakaian tipografi keterbacaan dan pemakaian huruf memakai huruf-huruf yang mudah dipahami agar informasi yang tersedia dalam kemasan dapat terbaca dengan mudah untuk menghindari penyalah artian, dengan memperhatikan memakai tatanan layout agar lebih mudah lagi dibaca dan terlihat rapi.

### 3.3.2 Pendekatan Visual



Gambar 27: Pemakaian Warna Panas



Gambar 28: Gaya Flat Design

Visual yang akan dipakai dalam kemasan produk kue cikak ini akan memakai warna panas atau cerah dikarenakan warna-warna panas dapat menarik perhatian bagi mata manusia, penggunaan gaya desain yang akan dipakai menggunakan gaya flat desain yang visualnya terlihat simpel dan mudah dipahami ketika dilihat, sama halnya juga dalam penggunaan tipografi yang dipakai akan menggunakan jenis font Serif yang tingkat keterbacaannya jelas dan mempunyai kesan kuno, agar konsumen bisa dapat lebih memahami inti dari tulisan yang ada dalam produk. Gambaran ilustrasi yang digunakan memakai tentang sejarah awal terbentuknya Kue Cikak itu sendiri, yang ditujukan guna memberikan secara langsung pengetahuan dari sejarah jajanan tradisional dan disisi lain guna menarik perhatian pada target konsumen yang melihatnya.

### **3.3.3 Pendekatan Material**

Bahan material kemasan yang nantinya akan digunakan yaitu menggunakan material berbahan dasar kertas Ivory dengan ketebalan 230gr, bertekstur berkilau pada bagian luarnya. Pemilihan bahan material kertas ivory dikarenakan kertas ini cukup kuat dari segi ketahanannya untuk dipergunakan sebagai kemasan pada produk makanan dalam uji coba food grade kertas ini juga sudah dinyatakan bahwa bahan materialnya aman sebagai kemasan makanan, tidak hanya itu tampilan yang berkilauan dari tekstur kertasnya membuat lebih elegan dan menarik pada kemasan, ditambah lagi dengan unsur ilustrasi, warna, dan tipografi yang akan dipakai pada kemasan produk akan menambah nilai jual dari makanan.

### **3.3.4 Strategi Media**

Pada perancangan yang akan dibuat yaitu kemasan untuk kue cikak milik Toko Roti Queen. Ilustrasi yang ada didalamnya akan mempunyai tema yaitu tentang sejarah terbentuknya kue tersebut dan munculnya sebuah filosofi dari bentuk makanannya yang fungsinya adalah sebagai sarana informasi sejarah bagi target konsumen yang dituju. Ilustrasi yang muncul nantinya akan ditampilkan pada bagian luar kemasan, yang terdapat pada bagian atas tutup kemasan dan bagian sisi-sisi kemasan. Gaya desain yang dipakai pada ilustrasinya akan menggunakan gaya flat desain sesuai yang paling banyak dipilih responden, dengan menggunakan flat desain ilustrasi yang disampaikan akan mudah dipahami oleh target karena kesederhanaan gaya ilustrasinya, pada pemilihan warna dalam kemasan akan menerapkan warna panas, dan penggunaan tipografi yang berkesan modern dan simpel. Adapula media pendukung bagi promosinya yaitu media infografis yang akan di sebarakan lewat

media sosial instagram sesuai dengan media sosial yang paling banyak dipakai oleh target sasaran lewat dari kuesioner yang disebar, yang nantinya muncul dibagian iklan insta story di instagram.

### 3.3.5 Perancangan Biaya

No	Item	Harga
1.	Biaya cetak kemasan (100 buah)	Rp. 300.000
2.	Iklan Sosial Media (Instagram Ads 1 minggu)	Rp. 700.000
3.	Biaya Desain Infografis	Rp. 300.000
4.	Biaya Desain Kemasan	Rp. 2.500.000
5.	Biaya Cetak Infografis	Rp. 200.000
6.	Biaya Poster	RP. 250.000
	Total :	Rp. 4.250.000

Table 1. Perancangan Biaya

