

BAB IV

ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

4.1 Analisis Permasalahan

4.1.1 SWOT Analisis

Analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunities-Threats*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan internal dan eksternal. Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal dalam penelitian objek, sedangkan peluang dan ancaman yaitu faktor eksternal.

Dalam analisis SWOT, sesuai dengan tabel yang dibuat, ditemukan strategi utama dalam perancangan identitas visual Kangen Kue Rindu Roti sebagai upaya perancangan agar meningkatkan citra, serta kesadaran masyarakat akan ciri khas yang dimiliki Kangen Kue Rindu Roti.

Tabel 4. 1 SWOT

Faktor Internal Strength dan Weakness	Strength	Weakness
Faktor Eksternal Opportunity dan Threats	1. Memiliki lokasi yang strategis 2. Harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor	1. Kurang konsistensi terhadap logo yang digunakan pada tiap media
Opportunity (Peluang)	Strength – Opportunity	Weakness – Opportunity
1. Perlunya identitas visual yang konsisten	1. Merancang identitas visual Kangen Kue Rindu Roti dengan menerapkan	1. Membuat perancangan ulang identitas visual Kangen

agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat 2. Kangen Kue Rindu Roti merupakan brand lama yang sudah dikenal warga Tangerang Selatan	identitas visual yang konsisten dengan keunikan dan ciri khas yang dimiliki	Kue Rindu Roti yang memiliki keunikan dan ciri khas pada setiap media 2. Merancang identitas visual agar lebih mudah dikenal masyarakat 3. Merancang dan mengelola media promosi yang baik agar dapat memperluas pasar
Threats (Ancaman)	Strength – Threats	Weakness – Threats
1. Banyaknya usaha kedai roti 2. Kompetitor memiliki promosi yang baik	1. Perancangan ulang identitas visual Kangen Kue Rindu Roti 2. Membuat promosi yang baik agar mendapatkan awareness konsumen	1. Melakukan perancangan yang baru pada identitas visual yang memiliki ciri khas dan menarik 2. Mengaplikasikan identitas visual ke setiap media promosi

Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa Kangen Kue Rindu Roti memang membutuhkan perancangan ulang pada logo dan pengaplikasian ke berbagai media lainnya. Perancangan logo dan pengaplikasian ke berbagai media promosi untuk membangun citra atau image Kangen Kue Rindu Roti, diharapkan dengan pembaharuan ini dapat semakin memperkuat citra kepada masyarakat. Setiap desain pada media yang dibuat dapat memperluas pasar dan memberikan kepercayaan kepada masyarakat.

4.2 Konsep Komunikasi

4.2.1 USP

Unique Seeling Proposition (USP) adalah faktor atau pertimbangan dari penjual sebagai alasan bahwa produk atau jasa mereka lebih baik dari kompetitor. USP merupakan faktor yang membedakan produk atau layanan dari para pesaing atau kompetitor perusahaan. USP pada Kangen Kue Rindu Roti merupakan produk originalitas asli dari Tangerang Selatan yang menjual produk yang original, memiliki cita rasa yang enak, dan menjual berbagai jenis roti.

Kangen Kue Rindu Roti ialah sebagai usaha kedai roti yang memberikan kenyamanan kepada konsumen yang membangun ruang interaksi dan rasa roti yang original.

4.2.2 Segmentasi, Targeting, Positioning

Pada sebuah perancangan diperlukan *segmentasi, targeting, positioning* dari Kangen Kue Rindu Roti. STP digunakan sebagai target pasar dalam perancangan identitas visual Kangen Kue Rindu Roti sebagai upaya untuk menarik konsumen.

1. Segmentasi

Perancangan ulang identitas visual Kangen Kue Rindu Roti, maka target konsumen yang ingin dituju adalah kaum milenial dengan umur 15-30 tahun yang berdomisili di wilayah Tangerang Selatan.

2. Targeting

Dalam perancangan identitas visual Kangen Kue Rindu Roti, hal ini penting untuk menentukan target konsumen yang akan dituju. Perancangan ini menempatkan target sebagai penyampaian pesan atau image secara visual kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan Kangen Kue Rindu Roti.

3. Positioning

Perancangan identitas visual perlu mengetahui positioning dari Kangen Kue Rindu Roti untuk memposisikan usaha sebagai kedai roti yang praktis dan memberikan kenyamanan kepada konsumen.

4.2.2 Key Communication Message

Key Message adalah kata kunci atau pesan, perancangan ulang identitas visual ini diperlukannya sebuah *key message*. dari kata kunci yang diperoleh atau *key word* yang didapatkan dari hasil pengumpulan data yang sudah dianalisa. kata kunci yang diambil dari STP, SWOT, dan STP yang telah disimpulkan untuk dijadikan sebagai acuan.

Dari hasil *keyword* yang ingin disampaikan, *key message* didapatkan dari kata kunci ketertarikan, hubungan, kreatif, dan simple. Pesan yang disampaikan yaitu:

Tabel 4. 2 Key Message

No	Keyword	Kalimat
1	Ketertarikan	<i>Memiliki daya tarik pada milenial untuk menikmati roti tradisional dan modern asal Indonesia</i>
2	Hubungan	<i>Adanya wadah atau ruang interaksi yang menyatukan konsumen yang menjadikannya relasi</i>
3	Kreatif	<i>Mempunyai ruang interaksi antar komunitas untuk membangun potensi kreatifitas</i>
4	Simple	<i>Kangen Kue Rindu Roti mempunyai yang mudah dibawa kemana saja dengan konsep To go</i>

4.2.3 Main Message

Hasil dari key message, maka diperlukannya pesan utama atau main message yang ingin disampaikan oleh Kangen Kue Rindu Roti agar tersampaikan pesan tersebut ke masyarakat yang luas. Maka pesan utama Kangen Kue Rindu Roti yaitu:

Kangen Kue Rindu Roti menciptakan interaksi untuk membangun relasi dalam mengembangkan potensi kreatifitas.

Gambar 4. 1 Main Message

4.2.4 Brand Message

Brand message merupakan pesan merek yang akan dikomunikasikan kepada konsumen, adapun brand message yang disampaikan Kangen Kue Rindu Roti yaitu:

Kreatif, hubungan, simple

Gambar 4. 2 Brand Message

4.2.5 Brand Positioning

Brand positioning merupakan hal yang berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap Kangen Kue Rindu Roti, dalam brand positioning Kangen Kue Rindu Roti memposisikan usaha toko rotinya sebagai berikut:

Kangen Kue Rindu Roti memposisikan sebagai toko roti yang menyediakan roti tradisional dan modern asal Indonesia yang memiliki cita rasa yang khas serta memberikan wadah untuk membangun interaksi dalam menciptakan ide yang kreatif dan berinovasi.

Gambar 4. 3 Brand Positioning

4.2.6 Brand Value

Brand value merupakan nilai inti yang berkaitan dengan desain yang akan dirancang, pesan yang disampaikan hubungan antara Kangen Kue Rindu Roti dengan konsumen yaitu:

Toko roti yang mampu membangun relasi dan menciptakan kreatifitas dan inovasi.

Gambar 4. 4 Brand Value

4.2.7 Brand Promise

Brand promise merupakan sebuah janji yang diberikan kepada konsumen, adapun hal yang dijanjikan dari Kangen Kue Rindu Roti yaitu:

Creative Space

Gambar 4. 5 Brand Promise

Adapun arti dari kalimat diatas yaitu ingin menyampaikan pesan kepada konsumen Kangen Kue Rindu Roti memberikan wadah atau ruang yang nyaman

kepada konsumen untuk saling melakukan interaksi dalam mengembangkan ide-ide kreatif dengan menikmati roti tradisional dan modern Indonesia kepada konsumen Kangen Kue Rindu Roti

4.3 Strategi Media

Strategi media dalam perancangan identitas visual Kangen Kue Rindu Roti, pengaplikasian pada media yang dihubungkan dengan internal Kangen Kue Rindu Roti, yaitu sebagai berikut:

1. Graphic Standart Manual
2. Kartu Nama
3. Kop Surat
4. Amplop
5. Struk
6. Map
7. Stempel
8. Tas Plastik
9. Box Kue
10. T-Shirt
11. Stiker
12. Apron
13. Payung
14. Kartu Pegawai
15. Lanyard
16. Tote Bag
17. Neon Box
18. Menu
19. Poster

4.4 Konsep Visual

4.4.1 Warna

Warna utama pada logo Kangen Kue Rindu Roti adalah warna biru yang secara psikologis memiliki arti dapat meningkatkan nafsu makan, selain itu

memiliki kesan profesional dan kepercayaan, warna sekunder digunakan sebagai pelengkap.



Gambar 4. 6 Warna Primer dan Sekunder Logo

4.4.2 Tipografi

Tipografi identitas Kangen Kue Rindu Roti yaitu jenis huruf Span yang termasuk kategori serif. Jenis huruf tersebut digunakan karena memiliki kesan klasik namun elegan dan profesional. Jenis huruf pendukung menggunakan jenis huruf Manrope karena mempunyai tingkat readability yang baik dan memiliki kesan stabil.

Typography

Typography yang sesuai dengan identitas Kangen Kue Rindu Roti yaitu jenis huruf Span yang termasuk dalam kategori serif, jenis huruf ini digunakan karena memiliki kesan klasik namun elegan dan profesional. Jenis huruf pendukung menggunakan jenis huruf Manrope, huruf ini mempunyai tingkat readability yang baik dan memiliki kesan stabil. Huruf tersebut akan digunakan pada berbagai media yang digunakan.

Span Bold ABCDEFGHIJKLMN OP QRSTUVWXYZ abcdefghijklmn op qrstuvwxyz 01234567890	Manrope Bold ABCDEFGHIJKLMN OP QRSTUVWXYZ abcdefghijklmn op qrstuvwxyz 01234567890
Span Regular ABCDEFGHIJKLMN OP QRSTUVWXYZ abcdefghijklmn op qrstuvwxyz 01234567890	Manrope Medium ABCDEFGHIJKLMN OP QRSTUVWXYZ abcdefghijklmn op qrstuvwxyz 01234567890
	Manrope Light ABCDEFGHIJKLMN OP QRSTUVWXYZ abcdefghijklmn op qrstuvwxyz 01234567890



Gambar 4. 7 Tipografi Logo

4.4.3 Fix Logo

Hasil pemaparan pada bentuk visual, warna dan tipografi yang dipilih, maka selanjutnya menggabungkannya menjadi logogram dan logotype.

Logo

Logo utama Kangen Kue Rindu Roti terdiri dari sebuah logogram dan logotype.



Gambar 4. 8 Logo Fix

Logo Meaning

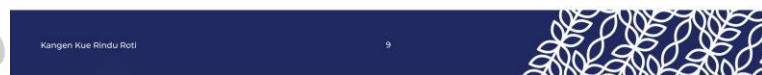
Gambar pita merupakan simbol hantaran atau buah tangan kue tradisional yang melambangkan usaha untuk melestarikan kue tradisional, sedangkan gambar gandum mempresentasikan kue-kue modern. Arti keseluruhan dari gambar dan kata Kangen kue Rindu roti adalah: Usaha untuk tetap melestarikan pangan tradisional agar tetap tidak kalah dengan kehadiran roti ataupun kue yang modern. Serta ingin keduanya dikangeni dan dirindukan.



Gambar 4. 9 Logo Meaning

Logo Configuration

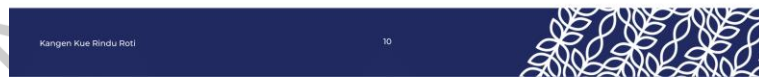
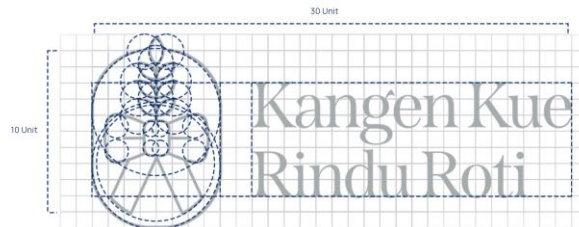
Konfigurasi logo ini menampilkan 2 logo yang terdiri dari logo utama yang akan ditampilkan pada sebagian besar media, lalu konfigurasi yang hanya menampilkan logogram yang digunakan sebagai ikon pada brand. Konfigurasi logo diperlukan untuk menyesuaikan penggunaan logo pada tiap media.



Gambar 4. 10 Logo Configuration

Logo Grid System

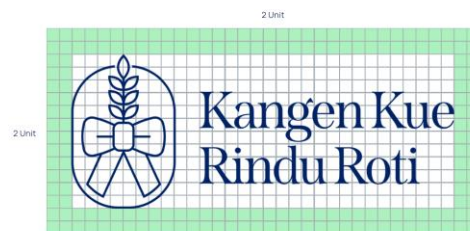
Grid pada logo Kangen Kue Rindu Roti berdasarkan ukuran dalam satuan unit untuk menentukan proporsi ideal logo. Logo tidak boleh diregangkan.



Gambar 4. 11 Logo Grid System

Logo Clear Space

Batas margin atau clear space pada logo untuk membatasi objek lain agar ditempatkan diluar clear space. Clear space pada logo Kangen Kue Rindu Roti yaitu sebanyak 2 unit pada grid.



Gambar 4. 12 Logo Clear Space

Logo Color Variant

Variasi logo terbagi menjadi 3 berdasarkan warnanya, varian pertama yaitu berwarna, lalu ada putih dan hitam. Variasi warna digunakan sesuai warna latar belakang pada media untuk menciptakan kontras yang baik.



Gambar 4.13 Logo Color Variant

4.4.2 Do's & Don't's pada Logo

Do's & Don't's

Terdapat aturan dalam penggunaan logo agar tidak terjadi kesalahan dalam mengimplementasikan atau menggunakan logo.

Do's



Menggunakan logo berwarna dengan latar belakang terang.

Menggunakan logo hitam dengan latar belakang terang.

Menggunakan logo putih dengan latar belakang gelap.

Menggunakan logo putih dengan latar belakang gambar.

Don't's

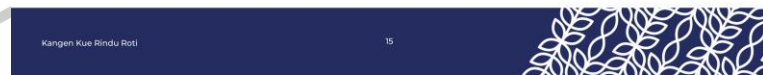


Menggunakan logo berwarna dengan latar belakang gelap.

Menambahkan bayangan pada logo.

Memodifikasi proporsional bentuk logo.

Mengubah konfigurasi bentuk logo.



Gambar 4.14 Tipografi Logo

4.5 Penerapan Desain

4.5.1 Stationary

4.5.1.1 Kartu Nama

Stationary

Kartu Nama

Ukuran 9 x 5,5 cm

Ukuran Logo : 4,96 x 2 cm

Margin Kiri : 0,6 cm

Margin Kanan : 0,6 cm

Margin Atas : 0,6 cm

Margin Bawah : 0,6 cm

Jenis Font Nama : Manrope Bold

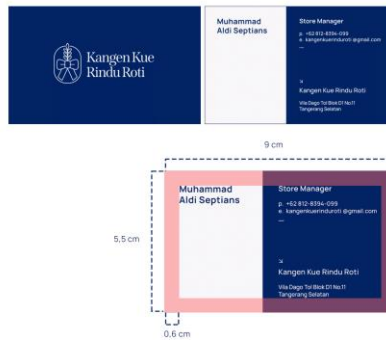
Size : 10pt

Jenis Font Jabatan : Manrope Medium

Size : 8pt

Jenis Font Alamat : Manrope Medium

Size : 6,5pt



Gambar 4. 15 Gambar Digital Kartu Nama

Fungsi : Memberikan informasi kontak

Ukuran : 9 cm x 5,5 cm

4.5.1.2 Kop Surat

Stationary

Kop Surat

Ukuran Kertas A4 atau 21 x 29,7 cm

Ukuran Logo : 5 x 2 cm

Margin Kiri : 2cm

Margin Atas : 2cm

Jenis Font Body : Manrope Medium

Size : 10pt

Jenis Font Footer : Manrope Medium

Size : 8pt



Gambar 4. 16 Gambar Digital Kop Surat

Fungsi : Memberikan informasi kontak

Ukuran : 21 cm x 29,7 cm

4.5.1.3 Amplop

Stationary

Amplop

Ukuran 22 x 11cm
Ukuran Logo Depan : 7 x 2,8cm
Margin Kiri : 1,5 cm
Margin Atas : 1,5 cm
Jenis Font : Manrope Medium
Size : 10 pt



Gambar 4. 17 Gambar Digital Amplop

Fungsi : Mengirim surat atau dokumen

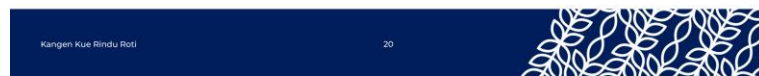
Ukuran : 22 cm x 11 cm

4.5.1.4 Struk

Stationary

Struk

Ukuran Kertas 5 cm
Ukuran Logo : 2,48 x 1 cm
Margin kiri : 1 cm
Margin atas : 1 cm
Jenis Font Body : Manrope Medium
Size : 6pt



Gambar 4. 18 Gambar Digital Struk

Fungsi : Rincian pembelian barang

Ukuran : 2,48 cm x 1 cm

4.5.1.5 Map

Stationary

Map
Ukuran Map 34 x 46 cm
Ukuran Logo Depan : 20 x 8,03 cm
Warna : Biru



Gambar 4. 19 Gambar Digital Map

Fungsi : Tempat surat atau dokumen

Ukuran : 20 cm x 8,03 cm

4.5.1.6 Stempel

Stationary

Stempel
Diameter stempel 5 x 5 cm
Ukuran Logo : 2,91 x 4,31 cm
Warna : Biru



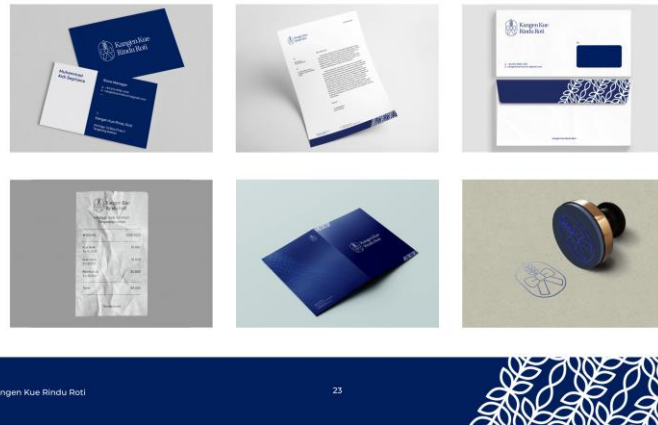
Gambar 4. 20 Stempel

Fungsi : Menandakan keabsahan

Ukuran : 5 cm x 5 cm

4.5.1.7 Stationary Mockup

Stationary Mockup



Gambar 4. 21 Stationary Mockup

4.5.2 Packaging

4.5.2.1 Tas Plastik

Packaging

Tas Plastik
Ukuran plastik 20 x 52 cm
Ukuran Logo : 14,74 x 4,22 cm
Warna Logo : Biru
Warna Plastik : Putih



Gambar 4. 22 Gambar Digital Tas Plastik

Fungsi : Mengemas box kue

Ukuran : 20 cm x 32 cm

4.5.2.2 Box Kue

Packaging

Box Kue

Ukuran Box 15 x 23 cm

Ukuran Logo : 10 x 4 cm

Warna Logo : Putih

Warna Box : Biru



Gambar 4. 23 Gambah Digital Box Kue

Fungsi : Mengemas roti

Ukuran : 15 cm x 23 cm

4.5.2.3 Packaging Mockup

Packaging Mockup



Gambar 4. 24 Packaging Mockup

4.5.3 Merchandise

4.5.3.1 T-Shirt

Merchandise

T-Shirt
Ukuran T-Shirt Medium, Large & Extra Large
Ukuran Logo Depan : 29 x 11,68 cm
Warna Sablon : Biru
Warna T-Shirt : Putih



Kangen Kue Rindu Roti

27

Gambar 4. 25 Gambar Digital T-Shirt

Fungsi : Seragam karyawan

Ukuran : M, L, XL

4.5.3.2 Sticker

Merchandise

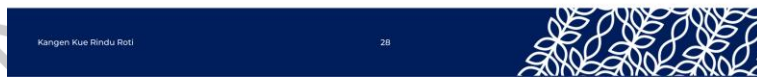
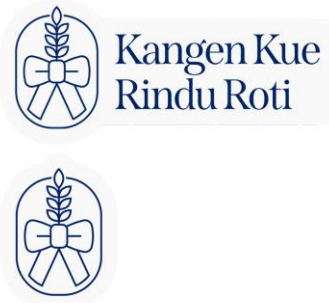
Sticker

Ukuran Sticker Logo 11 x 5 cm

Ukuran Logo : 10 x 4 cm

Ukuran Sticker Logogram 6 x 8 cm

Ukuran Logo : 4,44 x 6,47 cm



Gambar 4. 26 Gambar Digital Sticker

Fungsi : Media promosi

Ukuran : 11 cm x 5 cm

4.5.3.3

Apron

Merchandise

Apron

Ukuran Apron 75 x 35 cm

Ukuran Logo : 16,87 x 6,78



Gambar 4. 27 Gambar Digital Apron

Fungsi : Melindungi pakaian dari noda

Ukuran : 75 cm x 35 cm

4.5.3.4 Payung

Merchandise

Payung
Ukuran Payung 100 cm
Ukuran Logo : 25 x 10 cm



Gambar 4. 28 Gambar Digital Payung

Fungsi : Perlengkapan promosi

Ukuran : 100 cm

4.5.3.5 Kartu Pegawai

Merchandise

Kartu Pegawai
Ukuran Kartu 5.5cm x 8.5 cm
Ukuran Logo : 2.37 x 0.96 cm
Jenis Font Nama : Manrope Bold
Size : 10pt
Jenis Font Jabatan : Manrope Medium
Size : 8pt



Gambar 4. 29 Gambar Digital Tanda Pengenal Pegawai

Fungsi : Mengenali pegawai

Ukuran : 5,5 cm x 8,5 cm

4.5.3.6 Lanyard

Merchandise

Lanyard

Ukuran Lanyard 90 x 2 cm
Ukuran Logo : 4 x 1,6 cm
Warna Logo : Putih
Warna Lanyard : Biru



Gambar 4. 30 Gambar Digital Lanyard

Fungsi : Meletakkan tanda pengenalan pegawai

Ukuran : 90 cm x 2 cm

4.5.3.7 Tote Bag

Merchandise

Tote Bag

Ukuran Tote Bag 35 x 40
Ukuran Logo : 25,12 x 10,11 cm
Warna Logo : Biru
Warna Kain : Putih



Gambar 4. 31 Gambar Digital Tote Bag

Fungsi : Mengemas roti

Ukuran : 35 cm x 40 cm

4.5.3.8 Merchandise Mockup

Merchandise Mockup



4.5.4 Sign

4.5.4.1 Neon Box

Sign

Neon Box

Ukuran Neon Box 60 x 22 cm
Ukuran Logo : 44,80 x 18,02 cm
Warna Logo : Biru



Gambar 4. 32 Gambar Digital Neon Box

Fungsi : Media promosi

Ukuran : 60 cm x 22 cm

4.5.5 Promotional Media

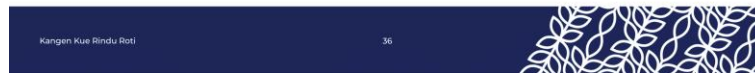
4.5.5.1 Menu

Promotional Media

Menu

Ukuran Menu A4 atau 21 x 29,7 cm
 Ukuran Logo : 15 x 6,4 cm
 Warna Logo : Biru
 Jenis Font Kategori Menu : Span Regular
 Size : 36pt
 Jenis Font Menu : Manrope Medium
 Size : 24pt

Kangen Kue Rindu Roti		MENU	
Roti	Roti keju	5.500	
	Donat keju	4.000	
	Donat coklat	3.500	
	Donat strawberry	4.500	
	Baklava	5.000	
Traditional	Rendang smokbeef	3.000	
	Martabak telur	3.000	
	Sosis keju	2.000	
	Pasta	4.000	
Cake	Nenas roti	5.000	
	Wafel cake	4.000	
	Choco cake	4.500	
	Red velvet	5.000	
Pastry	Croissant original	3.000	
	Kue sus	4.000	
	Cheesecake	4.000	



Gambar 4. 33 Gambar Digital Menu

Fungsi : Menawarkan kue tradisional dan modern

Ukuran : 21 cm x 29,7 cm

4.5.5.2 Poster

Promotional Media

Poster

Ukuran Poster A3 atau 29,7 x 42 cm
 Ukuran Logo : 5,16 x 2,08
 Warna Logo : Biru
 Jenis Font Body : Manrope Medium
 Size : 18pt
 Jenis Font Menu : Manrope Medium
 Size : 24pt



Gambar 4. 34 Gambar Digital Poster

Fungsi : Perlengkapan promosi

Ukuran : 29,7 cm x 42 cm

4.5.4 Graphic Standart Manual



Gambar 4. 35 Hasil Desain Cover Graphic Standart Manual

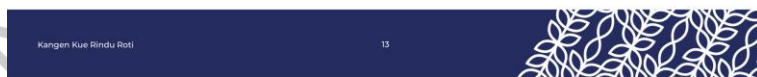


Gambar 4. 36 Daftar Isi Konten Graphic Standart Manual

Identity Color

Warna utama (primer) pada logo adalah biru, secara psikologis warna biru dapat meningkatkan nafsu makan. Maka dengan itu warna biru dinilai baik untuk produk makanan. Selain itu warna biru juga mempunyai kesan profesional dan kepercayaan, hal itu sesuai dengan visi misi Kangen Kue Rindu Roti yang mengedepankan etika dalam usaha dan bisnis. Kangen Kue Rindu Roti percaya dengan belajar berkembang bersama karyawan dan pelanggan dapat melestarikan produk yang dibuat. Selain warna primer terdapat juga warna sekunder sebagai pelengkap.

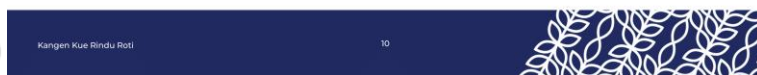
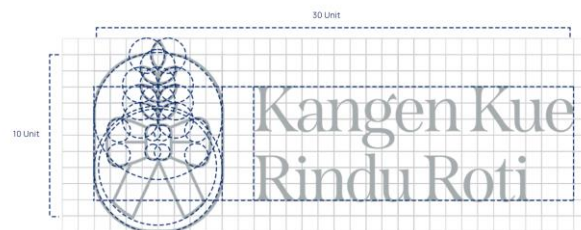
Primer	#002366	Print (CMYK) C = 100 M = 93 Y = 29 K = 25 Screen (RGB) R = 0 G = 35 B = 102
Sekunder	#424143	Print (CMYK) C = 68 M = 62 Y = 58 K = 45 Screen (RGB) R = 66 G = 65 B = 67
	#FFFFFF	Print (CMYK) C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0 Screen (RGB) R = 255 G = 255 B = 255



Gambar 4. 37 Identitas Warna Graphic Standart Manual

Logo Grid System

Grid pada logo Kangen Kue Rindu Roti berdasarkan ukuran dalam satuan unit untuk menentukan proporsi ideal logo. Logo tidak boleh diregangkan.



Gambar 4. 38 Logo Grid Graphic Standart Manual

Fungsi : Acuan penggunaan identitas visual