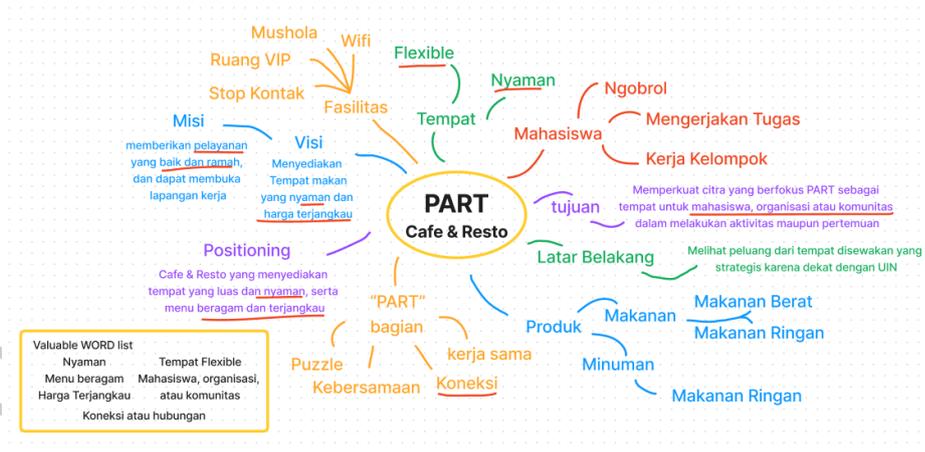


## BAB IV STRATEGI KREATIF

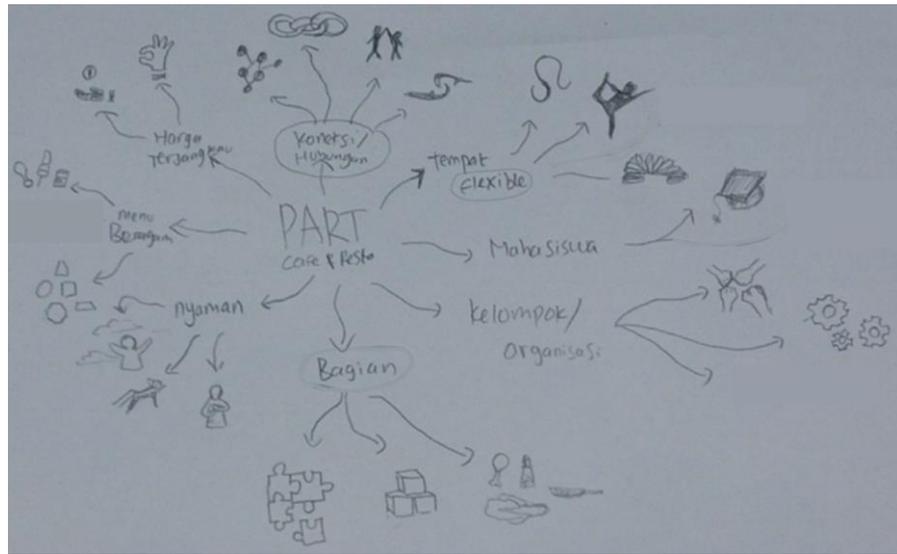
### 4.1 Konsep Karya



Gambar IV.1 Mindmap Valuable Word List

Sumber: Penulis, 2024

*Mindmapping* digunakan sebagai alat bantu atau sarana dalam mencari *valuable word* atau kata yang bernilai dengan melihat dari segala aspek mulai dari visi, misi, latar belakang, tujuan, produk, hingga *positioning brand*. Kata-kata yang telah diperoleh selanjutnya akan dikembangkan dan diubah menjadi sebuah referensi yang dapat digunakan untuk mewakili citra PART Cafe & Resto. Setelah itu, *valuable word* yang telah dipilih akan di explore untuk kemudian dijadikan kata kunci.



Gambar IV.2 Mindmapping valueable word

Sumber: Penulis, 2024

- Konsep pada identitas visual PART ini diambil dari arti filosofi dari nama PART Secara filosofis dalam bidang usaha ini masing-masing memiliki bagian (PART) yang saling mendukung untuk mencapai visi dan misi. Konsep ini ingin PART menjadi bagian dalam setiap kegiatan dan cerita pelanggan yang mengunjungi PART. Kata kunci yang dipilih dari *valuable word* menjadi dasar dalam pembuatan desain logo adalah koneksi (hubungan antara pelanggan dan PART), kenyamanan, dan fleksibel.

#### 4.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada konsep PART menggunakan komunikasi dua arah. Dengan menggunakan kata kunci koneksi, kenyamanan, dan fleksibel akan menjadi inti dari strategi komunikasi. Penggunaan platform media sosial akan menjadi sarana utama untuk memperluas jangkauan informasi identitas visual PART, dengan mendorong interaksi aktif antara pelanggan.

#### 4.1.2 Strategi Media

Dalam merancang identitas visual untuk PART Cafe & Resto, strategi media yang akan digunakan dihubungkan dengan kebutuhan internal perusahaan. Artinya, pemilihan dan penerapan media yang akan digunakan akan disesuaikan dengan

kebutuhan dan tujuan internal dari PART Cafe & Resto tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Stationary

Media Stationary pada PART Cafe & Resto meliputi kop surat, amplop, kartu nama, struk pembayaran. Nantinya identitas visual yang baru akan diimplementasikan pada stationary.

2. Corporate desain

media yang digunakan dalam corporate desain mencakup keperluan identitas visual yang sesuai dengan kebutuhan PART, seperti apron karyawan, kemasan *take-out* makanan, gelas minuman.

3. Media Promosi

media promosi digunakan untuk memperluas informasi melalui media sosial dan brosur promosi.

4. Sign

Penanda atau *sign* yang dikembangkan dalam aplikasi identitas visual baru meliputi *neon box*, *signage brand* di luar, dan petunjuk arah ruangan.

5. Graphic Standart Manual (GSM)

GSM merupakan panduan utama yang mengatur penerapan dan penggunaan logo PART Cafe & Resto.

#### 4.1.3 Identitas Utama Brand

- **Visi dan Misi**

Visi

Menjadikan PART sebagai tempat yang nyaman bagi pelanggan untuk menikmati makanan dan minuman yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dengan suasana yang santai.

Misi

Menyediakan lapangan pekerjaan, menyediakan tempat yang nyaman, menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, memberikan pelayanan yang baik dan ramah.

- **Brand Positioning**

*Brand positioning* adalah tentang bagaimana PART Cafe & Resto ingin dilihat oleh konsumen, persepsi yang akan dibangun dari PART Cafe & Resto. Pada *brand positioning* PART Cafe & Resto memposisikan perusahaannya sebagai berikut.

“PART Cafe & Resto ingin menjadi menjadi tempat makan untuk berkumpul atau berkegiatan baik secara individu maupun kelompok dengan fasilitas yang memadai, serta menyediakan menu yang beragam dengan harga yang terjangkau.”

- **Brand Value**

Dalam menentukan nilai-nilai merek yang terkait dengan desain yang akan dibuat, ini berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dan hubungan yang dibangun antara perusahaan dengan pelanggan, maka dari itu nilai inti dari perusahaan ini adalah.

“Tempat makan nyaman untuk beraktivitas, dengan pilihan menu beragam dengan harga terjangkau”

Secara garis besar part merupakan sebuah tempat makan yang ingin menyediakan tempat untuk pelanggan beraktivitas secara berkelompok maupun, individu dengan fasilitas yang memadai dan menyediakan menu beragam dengan harga terjangkau.

- **Brand Promise**

*Brand promise* merupakan komitmen yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan ketika mereka menggunakan layanan atau produk perusahaan. Di PART Cafe & Resto, brand promise-nya adalah "PART of You". Ini bermakna bahwa PART Cafe & Resto bukan hanya sekadar tempat makan, tetapi juga menjadi bagian dari kenangan atau pengalaman saat pelanggan melakukan aktivitas di sana. Tempat dengan fasilitas untuk melakukan aktivitas atau acara, sehingga menjadi bagian tak terpisahkan dari kisah hidup mereka.

#### 4.1.4 Konsep Kreatif

Dalam mengembangkan konsep kreatif, pendekatan dengan arti nama 'PART' akan menjadi landasan utama serta dengan menggunakan kata kunci koneksi, kenyamanan, dan fleksibel dalam identitas visual, seperti logo yang menggambarkan elemen-elemen yang saling mendukung secara harmonis. Pemilihan palet warna yang cerah dan menarik, serta desain dengan gaya eclectic juga akan menjadi bagian dari konsep kreatif ini.

Komunikasi visual yang konsisten akan ditegakkan melalui penggunaan identitas visual dalam berbagai media komunikasi, termasuk logo, kemasan produk, dan materi promosi. Keseluruhan, konsep kreatif 'PART' bertujuan untuk menciptakan atmosfer yang mempromosikan nilai-nilai koneksi yang terjadi antar pelanggan dan PART Cafe & Resto tersebut, sambil menarik perhatian pelanggan dan memperkuat citra bisnis.



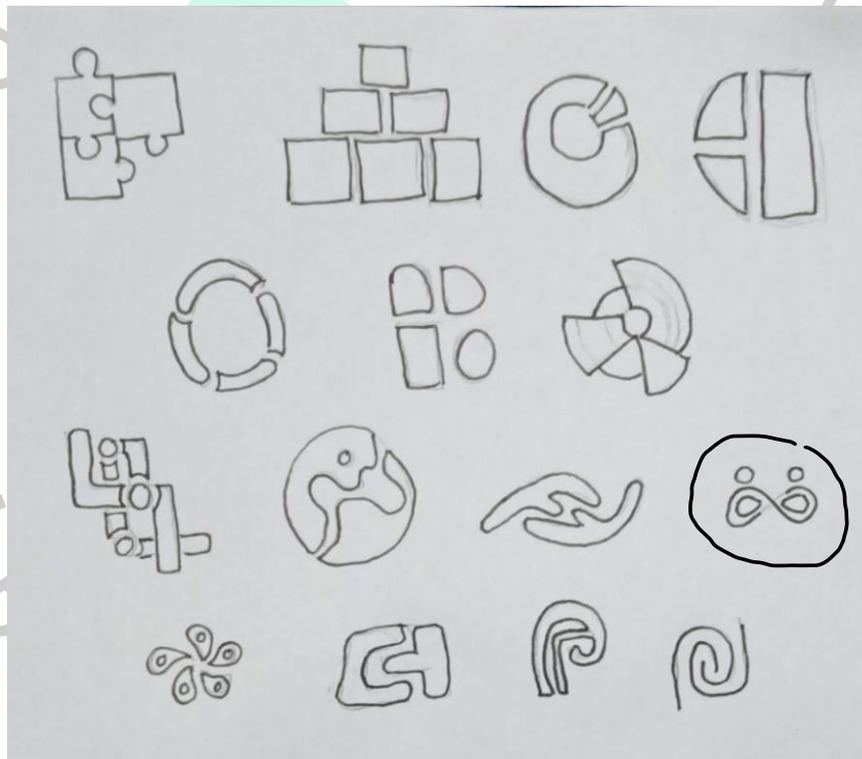
Gambar IV.3 Moodboard Konsep

Sumber: Penulis, 2024

#### 4.1.5 Konsep Visual

##### 1. Logo

Rancangan visual logo diadaptasi berdasarkan penjabaran dari kata kunci. Kata-kata yang digunakan berasal dari konsep konektivitas, fleksibilitas, dan kenyamanan. Setelah mendapatkan kata-kata tersebut, selanjutnya dicari bentuk visual yang sesuai dengan kata kunci yang telah ditentukan. Bentuk visual yang terpilih harus mampu merepresentasikan konsep-konsep tersebut secara efektif dan menarik.



Gambar IV.4 Eksplorasi visual kata kunci

Sumber: Penulis, 2024

**Typografis**

PART PART PaR

**Signature**

PART PART PART

**Typografis Geometris**

PART PART PART

Gambar IV.5 Eksplorasi logo jenis logo teori Ratno Suprpto

Sumber: Penulis, 2024

**Pictorial logo**

PART PART

**Initial letter logo**

P P P P

**Associative logo**

PART PART PART

**Abstract logo**

P P P P

Gambar IV.6 Eksplorasi logo jenis logo teori Ratno Suprpto

Sumber: Penulis, 2024



Gambar IV.7 Pengembangan dan Digitalisasi Logo

Sumber: Penulis, 2024

## 2. Warna



Gambar IV.8 Colour pallete

Sumber: Penulis, 2024

Kombinasi Warna yang digunakan untuk perancangan ulang PART Cafe & Resto menggunakan warna *brand* sebelumnya dipakai dengan alasan, supaya pelanggan yang ingat dengan PART tidak bingung dengan perubahan. Warna yang dipakai adalah jingga dengan kode Hex F9A3AA dapat menciptakan atmosfer yang ramah dan mengundang untuk bersantai dan menikmati waktu bersama. Warna sekunder yang digunakan adalah warna coklat dengan kode HEX 795132. Warna coklat melambangkan

## 3. Tipografi

Dalam perancangan ini digunakan beberapa jenis huruf yang memiliki fungsinya masing-masing, terdapat dua jenis huruf yang digunakan yaitu;

### Raleway

**Lorem ipsum dolor** sit amet consectetur. Accumsan rutrum in turpis lacus nunc sed hac gravida.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

*Gambar IV.9 Jenis huruf Raleway*

*Sumber: Penulis, 2024*

Raleway akan menjadi logo typeface pada logo PART Cafe & Resto. Memiliki desain yang lebih *stylish* dan modern. Serta tingkat keterbacaan yang cukup tinggi menjadi pilihan untuk dijadikan sebagai logo typeface.

### Montserrat

**Lorem ipsum dolor** sit amet consectetur. Accumsan rutrum in turpis lacus nunc sed hac gravida.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

*Gambar IV.10 Jenis huruf Montserrat*

*Sumber: Penulis, 2024*

Montserrat adalah jenis huruf yang akan banyak digunakan. Montserrat memiliki desain yang modern dan bersih. Selain itu, membuatnya mudah dibaca baik dalam ukuran besar maupun kecil. Sehingga pesan yang ingin disampaikan mengurangi kesalahan baca pada kata atau pun kalimat.

## Baloo Chettan 2

**Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Accumsan rutrum in turpis lacus nunc sed hac gravida.**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

*Gambar IV.11 Jenis Huruf baloo Chettan 2*

*Sumber: Penulis, 2024*

Baloo Chettan 2 menjadi jenis huruf sekunder. Baloo Chettan 2 adalah jenis huruf yang memiliki pesona yang unik dan ceria. Memberikan kesan yang ramah dan hangat. Dengan bentuk huruf yang bulat dan proporsi yang seimbang, font ini mudah dibaca namun tetap mempertahankan keunikan dan keceriaannya. Selain itu, tingkat keterbacaan yang cukup tinggi.

### **4.1.6 Konsep Verbal**

Dalam perancang ulang identitas visual PART Cafe & Resto, pendekatan verbal disesuaikan dengan target konsumen yang merupakan mahasiswa dengan komunitas atau organisasi sebagai target sekunder. Untuk mencapai tujuan ini, digunakan gaya bahasa yang santai, ramah, dan tidak terlalu formal. PART Cafe & Resto akan menggunakan 2 bahasa yaitu, Bahasa Indonesia sebagai bahasa utama digunakan untuk keperluan promosi, sementara bahasa Inggris sebagai bahasa sekunder digunakan untuk media internal di PART Cafe & Resto seperti menu dan signage.

Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan dapat tercipta suasana yang menyambut dan ramah bagi mahasiswa serta komunitas atau organisasi yang mengunjungi PART Cafe & Resto. Penyampaian pesan yang santai namun jelas diharapkan dapat meningkatkan daya tarik tempat ini sebagai tempat berkumpul yang nyaman dan menyenangkan bagi para pengunjungnya.

## 4.2 Final Art

### 4.2.1 Implementasi Karya

#### 1. Logo

Dari hasil eksplorasi logo berdasarkan kata kunci yang telah dipilih. Pada Logo berikut digambarkan tiga orang yang sedang berkumpul dan memegang sendok dan garpu diartikan bahwa PART sebagai tempat makan yang menyediakan tempat untuk berkumpul dan beraktivitas dengan fasilitas yang memadai serta menu beragam sebagai teman berkegiatan baik individu maupun berkelompok.



*Gambar IV.12 Logo PART Cafe & Resto*

*Sumber: Penulis, 2024*

Grid logo utama menjadi acuan untuk konsistensi dalam ukuran saat pengaplikasian pada berbagai media. Selain pada logo utama grid juga digunakan pada konfigurasi logo lainnya.



*Gambar IV.13 Grid Logo*

*Sumber: Penulis, 2024*

Clean space Logo digunakan untuk memastikan logo tidak terpotong ataupun terkena elemen desain grafis pada saat pengaplikasian di berbagai media. Ukuran clean space logo diambil dari bagian lingkaran kepala yang ada pada logo.

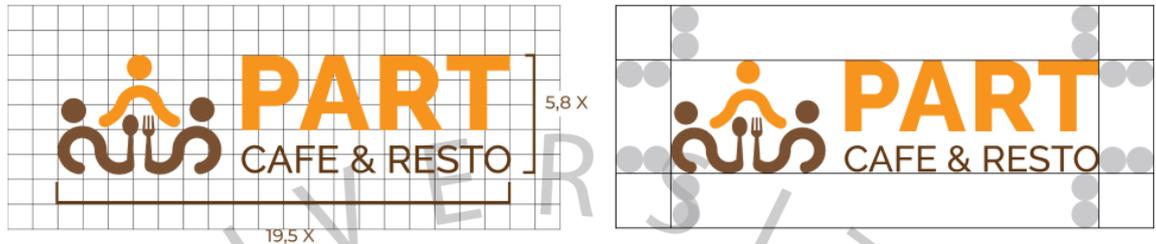


*Gambar IV.14 Clean Space Logo*

*Sumber: Penulis, 2024*

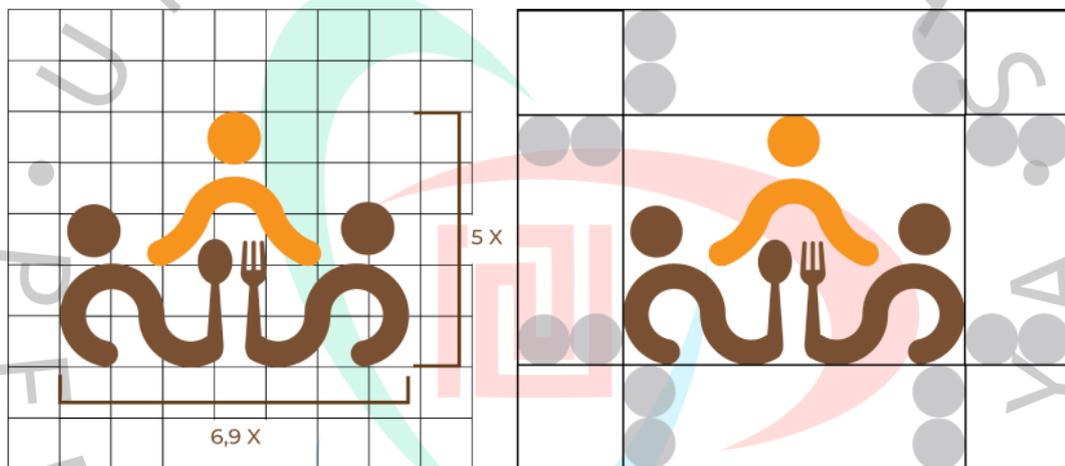
Terdapat dua Konfigurasi Logo selain konfigurasi logo utama, yaitu konfigurasi logo horizontal dan konfigurasi logogram. Pada konfigurasi logo horizontal dapat diaplikasikan pada ruang media yang tidak memungkinkan

menggunakan konfigurasi utama. Konfigurasi Logoram dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan tidak menjadi logo yang diaplikasi secara dominan.



Gambar IV.15 Konfigurasi Logo horizontal

Sumber: Penulis, 2024



Gambar IV.16 Konfigurasi Logogram

Sumber: Penulis, 2024

## 2. Tagline

Tagline atau slogan yang dipilih adalah Slogan PART of You dengan arti menjadi PART ingin menjadi bagian di setiap kegiatan dan cerita pelanggan yang mengunjungi PART.

# Part of You

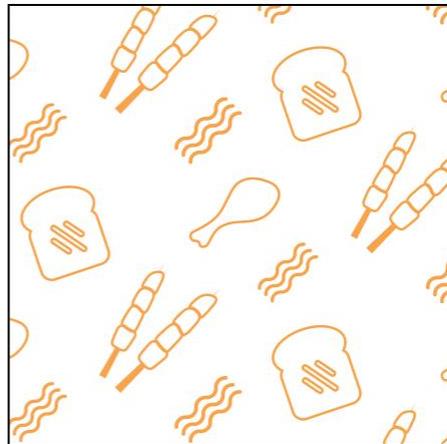
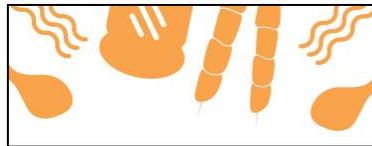


*Gambar IV.17 Tagline*

*Sumber: Penulis, 2024*

### 3. Elemen Grafis

PART CAFE & RESTO memiliki elemen yang berfungsi sebagai pendukung estetika dalam sebuah desain. elemen ini dapat digunakan sesuai kebutuhan. Konsep yang mendasari elemen ini diambil dari arti nama kepanjangan dari PART yaitu Pasta, Ayam, Roti dan Taichan.



*Gambar IV.18 Elemen Grafis*

*Sumber: Penulis, 2024*

#### 4.2.2 Media Utama

Graphic Standar Manual adalah sebuah buku panduan yang menjadi hasil akhir dari perancangan media utama untuk PART Cafe & Resto. Buku ini bertujuan untuk menjaga konsistensi dan standarisasi identitas visual restoran tersebut, serta

memberikan aturan penggunaan identitas visual dan logo yang baru. Serta aturan dalam penerapan identitas visual PART Cafe & Resto pada berbagai media. Graphic Standart Manual dibuat dengan ukuran landscape 25 cm x 14 cm.

Isi dari Graphic Standar Manual terbagi menjadi tiga bab utama. Bab pertama, yang berjudul Introduction, membahas latar belakang, visi, misi, strategi branding, komunikasi, dan konsep kreatif PART Cafe & Resto, serta analisis SWOT dan 5W + 1H. Bab kedua, yang berfokus pada Identitas *Brand*, menjelaskan konsep logo, warna utama, sistem garis, ruang bersih logo, konsep supergrafis, tipografi, dan ikonografi. Bab terakhir, membahas penerapan identitas *brand* pada berbagai media seperti *stationary*, *Corporate Activity Design*, media komunikasi, foto dan video, *sign system*.



Gambar IV.19 Graphic Standard Manual (GSM)

Sumber: Penulis, 2024

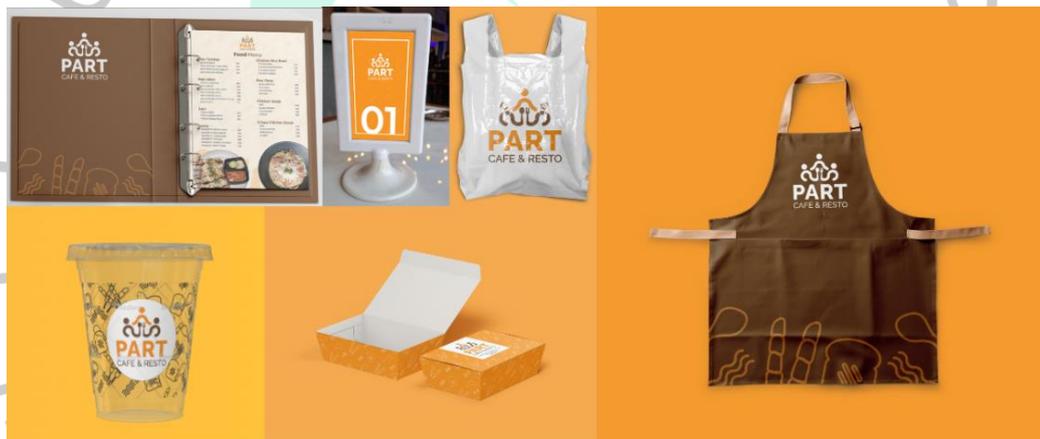
#### 4.2.3 Media Pendukung

Berikut adalah contoh penerapan dari desain ulang identitas visual PART Cafe & Resto yang telah diaplikasikan pada berbagai media pendukung. seperti *stationary*, *corporate acitivity design* dan *communication media*.



Gambar IV.20 Media Pendukung I

Sumber: Penulis, 2024



Gambar IV.21 Media Pendukung II

Sumber: Penulis, 2024



Gambar IV.22 Signage

Sumber: Penulis, 2024