

## IV . KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN

### A. Tataran lingkungan/komunitas (Community Level)

Strategi kreatif rebranding rumah makan ibu anikoe seperti pembentukan baru identitas logo dan perancangan media media promosi terkait digunakan sebagai sarana pengenalan dan perbaikan citra baru lagi tempat usaha agar dapat meraih target pasar yang lebih luas, penciptaan brand atau re-branding perlu memahami bawa menjadi konsumen pertama dari brand adalah pihak internal dan baru kemudian adalah pihak eksternal.

Perancangan identitas logo dapat perhatian penting terhadap masyarakat luar karena dari sebuah identitas logo masyarakat dapat mengenali, mengambil keputusan pembelian, sampai menilai bagaimana suatu tempat usaha dimata masyarakat menjadi lebih menarik dan berbeda dari tempat.

#### 1. Analisa Pengguna/ Komunitas Karya

Perancangan image dari kedai tersebut tentu bersamaan mengikuti dengan target segmentasi pasar yang di tentukan. Target audiense pada konsep ini adalah pelanggan Kedai kecil nikmat ibu anikoe yang rata rata kalangan 17-40 tahun, pria maupun wanita dengan latar gaya hidup modern yang memiliki ketertarikan dengan makanan dan minuman yang ada di kedai tersebut.

#### 2. Kontribusi masyarakat.

Dengan perancangan identitas visual kedai kecil nikmat ibu anikoe sebagai alat pembeda identitas dari kedai lainnya, hal ini diharapkan dapat membentuk citra yang lebih baik dari yang sebelumnya serta menghasilkan pengalaman konsumsi yang lebih bermakna membedakannya dengan tempat kedai lainnya. Masyarakat juga dapat mengambil contoh dari hasil

rancangan sebagai salah satu aspek penting dalam perancangan logo tersebut. Hal ini dimaksudkan adalah dalam ranah visual menjadi bagian yang mempengaruhi persuasi atau tindakan pembelian bagi konsumen kepada tempat usaha.



## B. Tataran Media (system Level)

### 1. Cara kerja karya (cara pengguna/ komunitas memahami karya)

Cara kerja karya yang berisikan strategi kreatif rebranding rumah makan ibu anikoe adalah citra brand kepada masyarakat. Perancangan desain logo yang mewakili brand akan mempengaruhi langsung terhadap citra yang akan ditampilkan. Dalam artian, bagaimana seharusnya citra brand dipandang oleh calon konsumen. Pemilihan warna, tipografi serta bentuk atau gaya visual yang dihadirkan harus dapat mewakili identitas perusahaan dan memahami segmentasi pasar.

Hal ini di persiapkan untuk memastikan logo sebagai identitas visual bekerja adalah bagaimana penulis dapat menganalisa kebutuhan konsumen itu sendiri. segmentasi pasar menjadi salah satu bahan analisa dalam pembentukan identitas visual serta masalah - masalah yang ditemukan juga ditemukan menjadi pertimbangan perancangan.

### 2. Cara penyebaran/distribusi/penempatan karya

Cara penyebarannya tersebut akan ditempatkan dalam media online maupun offline. Media online sebagai media dengan cakupan yang lebih luas contoh disebar luaskan ke instagram, yakni dapat memperkenalkan brand dengan kalangan masyarakat yang lebih umum. Media offline ini yang dimaksud adalah media cetak seperti banner, poster, kartu nama, menu, dan packaging.



Gambar 4.1 Media Online dan Offline

Sumber : data pribadi

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### C. Tataran karya (product level)

#### 1 Deskripsi Karya



Gambar 4.2 : Logo Kedai Kecil Nikmat Ibu Anikoe'

Salah satu identitas yang melekat dari kedai kecil nikmat ibu anikoe ini ada si koki yang berada di kedai tersebut. Hal ini menjadi salah satu identitas unik dipadukan dengan visual si koki tersebut karena si owner ingin lebih menonjolkan si koki tersebut. Hasil rancangan logo terdapat dua unsur yakni logogram dan logotype :

#### A. Logogram

Penggunaan logogram dengan penerapan visual si ibu ani tetap diberi penekanan yang lebih sebagai pesan utama tempat usaha makan. Mengapa begitu, karena si owner ingin lebih menonjolkan si koki tersebut, ibu ani ini sudah terkenal di daerah. Bentuk persegi dalam logo sebagai wadah atau penempatan nama dengan unsur klasik dipadukan warna merah.

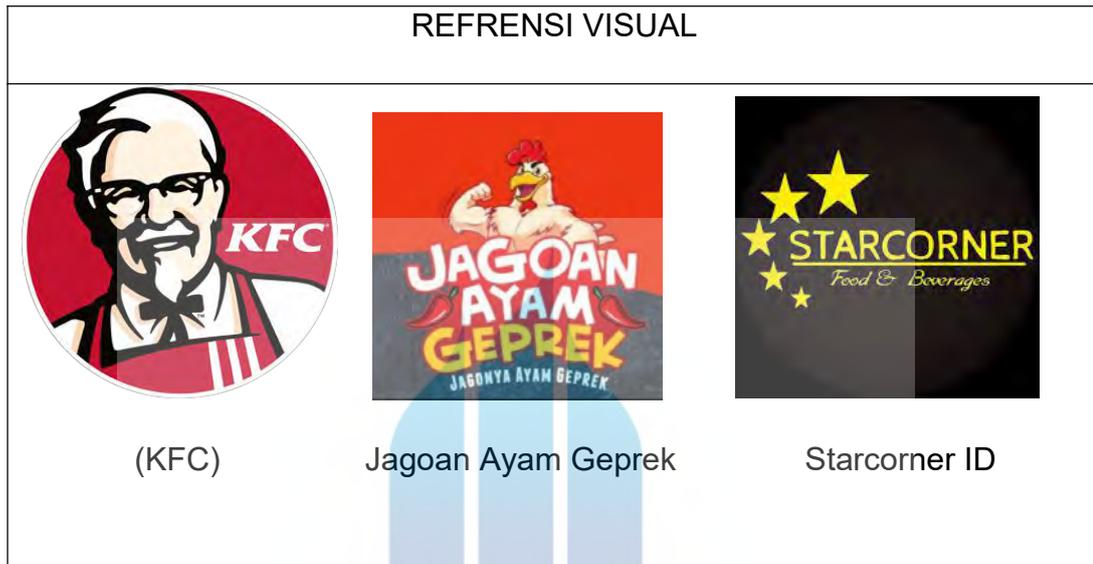
#### B. Logotype

Pemilihan gaya huruf handwritten yang sangat tebal ini memperkuat konsep logo yakni terlihat simple, konsep ini lebih menonjolkan nama dari identitas tersebut.

#### D. Tataran Komponen

##### 1. Refrensi gambar

Sebelum melakukan perancangan logo yang sesuai rancangan, perlu dibuatkan adanya refrensi visual untuk memberikan gambaran terhadap ilustrasi yang dibuat.



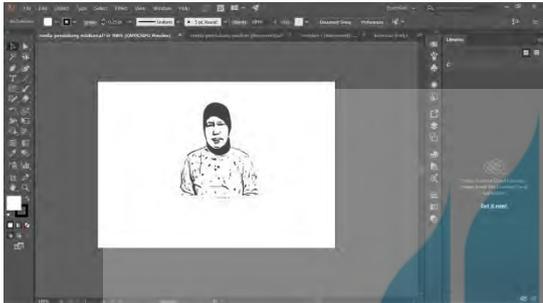
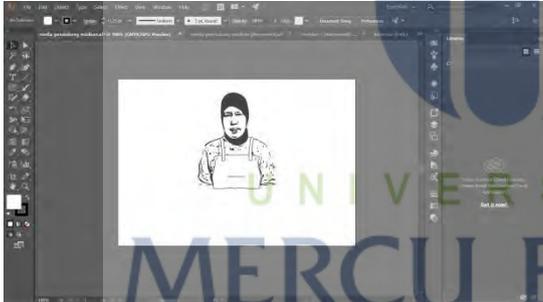
Tabel 4.1 Refrensi Visual Ilustrasi desain

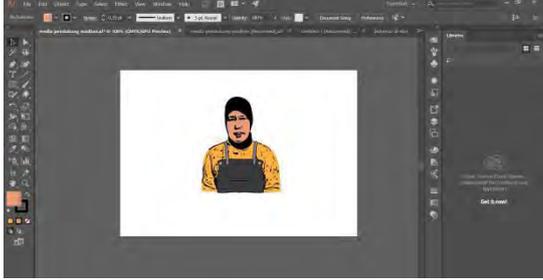
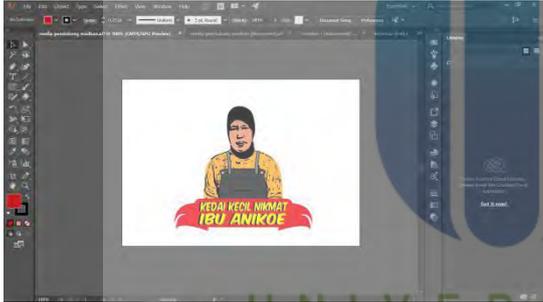
Sumber : google

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## 2. Story board

Salah satu awalan dari proses pembuatan logo menggunakan adobe illustrator.

	<p>Langkah pertama kita membuat ilustrasi ibu ani ini dengan model siluette, sesuai dengan tema dan ide yang digunakan</p>
	<p>Setelah sudah membuat sillutte si koki ini, lalu penulis menambahkan objek apron sebagai alat pelindung diri untuk memasak yang sudah seharusnya koki gunakan.</p>

	<p>Setelah itu, kita memasukan warna pada pakaian si koki ini dengan warna kuning, lalu pada kulit kita menggunakan tone warna yang tidak terlalu cerah, sama halnya pada kulit manusia, lalu pada apron ini kita menggunakan warna abu abu, sesuai warna yang dikenakan si koki</p>
	<p>Setelah selesai dengan pewarnaan, penulis mencoba membuat wadah untuk tempat dimana untuk memasukan nama kedai tersebut. Supaya dengan wadah ini masyarakat bisa membaca dengan jelas nama kedai ini.</p>

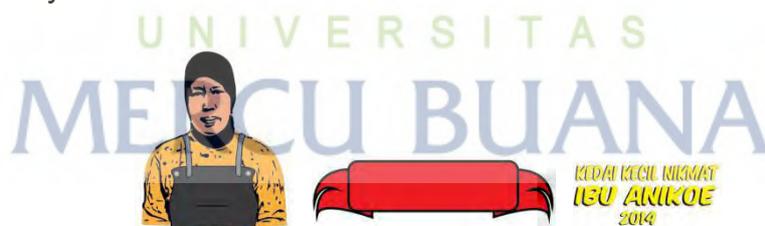
Tabel 4.2 Storyboard

## A. Makna logo



Gambar 4.3 Logo Kedai Kecil Nikmat Ibu Anikoe

Makna logo ini terinspirasi dari KFC tersebut adalah masakan cepat saji yang menjual makanan utama yakni ayam, inspirasi kfc tersebut terdapat pada logo potret silhouette yang terdapat sosok chef ibu anikoe ini seperti colonel sanders, dengan potret silhouette ini terlihatlah sosok si ibu ani yang menjadi logo utama pada kedai tersebut. Karena si ibu suriani sangat terkenal di daerahnya sehingga orang menyebutnya bu ani, karena bu ani sangat pintar memasak berbagai macam daerah makanan yang bisa dia buat. Sehingga dialah chef yang ada di kedai tersebut yang membuat masakannya



Gambar 4.4 pemecahan Logo

Pemanfaatan bentuk koki sebagai logo gram dapat mempermudah dan mengenali kepada target audience dengan lebih cepat mengidentifikasi suatu tempat kedai makanan. Dalam pemilihan tipografi, gaya font serif pada logo

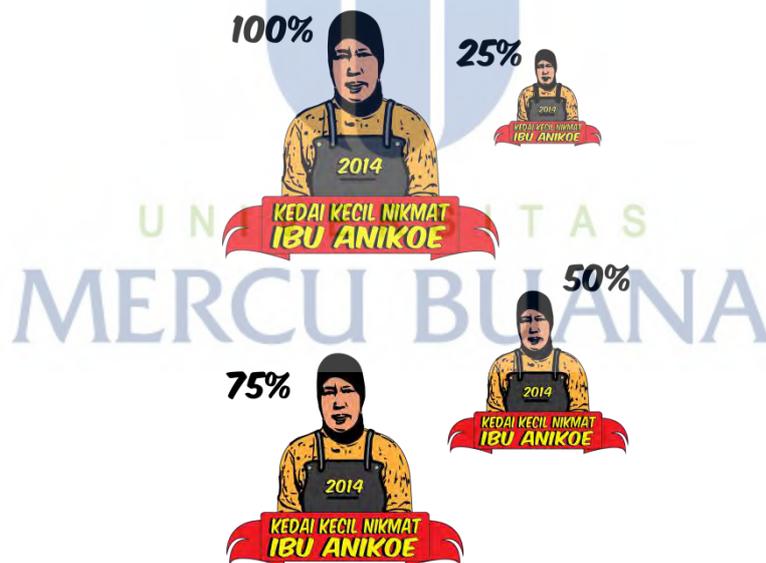
kedai tersebut juga ditentukan dengan identitas brand dengan tepat dan jelas untuk dibaca nantinya.

### A. Logo Grid



Gambar 4.5 Logo grid

### B. Scale



Gambar 4.6 Logo Scale

### C. Inspirasi Gambar

INSPIRASI	DESKRIPSI
	<p>Nama warung “IBU ANIKOE” adalah nama yang membuat masakan tersebut atau bisa dibidang Chef di rumah makan soto makassar Ibu Anikoe. mereka adalah adik kakak tetapi mereka lebih menonjolkan namanya, nama aslinya si ibu ini adalah ibu Suriyany Said biasa dipanggil bu Ani, dari nama tersebut, si owner langsung terinspirasi untuk manjajakan nama warungnya menjadi “IBU ANIKOE”. Ibu Anikoe ini adalah kakak dari si owner lebih dikenal di daerah kami yaitu Kebon Kacang, Tanah Abang mungkin dengan nama beliau, warung kami akan lebih dikenal, mengingat nama beliau sudah dikenal di daerah kami. Ibu Anikoe juga salah satu RT di wilayah kami.</p>

Tabel 4.3 Inspirasi Karya

## 1. Konsep Visual

Perancangan logo yang akan dilakukan lebih mengarah ke si koki karena dalam konsep logo ini si owner tidak ingin memasukan gambar atau ilustrasi yang khas dari daerahnya tersebut, karena makanannya tersebut sudah mewakilinya seperti lontong sayur, rendang, bubur manado, coto makassar dan lain lain, pada kali ini si koki dibuat konsep silhouette dipadukan objek ilustrasi apron sebagai alat pelindung untuk masak

### A. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. (Adi kusrianto, 2007: 140).

tujuannya adalah dengan menggunakan gambar ibu anikoe ini, masyarakat akan mengenal sosok yang ada pada logo ini tidak hanya di daerah jakarta saja, karena tujuannya ini ialah ingin dikenal lebih banyak orang di jakarta maupun diluar jakarta, kedai kecil ini baru dikenal di daerahnya yakni daerah tanah abang. Dengan strategi kreatif ini penulis mencoba membuat logo yang cocok untuk menjadi media utama pada kedai tersebut, sehingga masyarakat luar akan mengenali kedai tersebut.

### B. Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood* atau semangat, dll. (Adi kusrianto, 2007: 46)

Pemilihan warna yang tepat akan membuat material terlihat lebih menarik. Warna yang akan digunakan pada perancangan ini lumayan banyak adalah coklat, kuning, merah, dan jingga yang merupakan *symbol* warna yang sangat berani, kuat, cerah dan seimbang. Warna-warna tersebut antara lain :



C = 0% M = 100% Y = 100% K = 0%



C = 0 M = 0% Y = 100% K = 0



C = 0 M = 35% Y = 85% K = 0



C = 0% M = 0% Y = 0% K = 60%



C = 0 M = 31% Y = 39% K = 0%



C = 0% M = 0% Y = 0% K = 90%

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100%



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### C. Tipografi

Tipografi merupakan faktor yang penting dalam desain iklan. Dalam sebuah desain iklan tipografi berperan sebagai pesan dan pembawa pesan. Tipografi atau jenis huruf yang digunakan disesuaikan dengan konsep dunia pariwisata yang berkesan kuat, jelas dan mudah dibaca, namun tetap sesuai dengan konsep perancangan

#### A. Nama Tipografi

##### **KOMIKA AXIS**

**BENTUK VISUAL :**

<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>
<b>K</b>	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>N</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>T</b>
<b>U</b>	<b>V</b>	<b>W</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>Z</b>				

Tabel 4.4 Tipografi

Alasan Memilih tipografi :

Karena huruf tersebut memiliki huruf yang sangat tebal sehingga tingkat keterbacaan yang sangat tinggi, masyarakat bisa melihat nama kedai tersebut dengan jelas.

#### D. Hasil Desain

Hasil Desain tersebut dari teknis yang sudah dijelaskan dari atas akhirnya semua elemen yang diperlukan mulai dari bentuk , teks dan warna disusun menjadi sebuah bentuk logo yang akan disebar luaskan melalui pameran online. Selain dari bentuk logo, pemilihan media harus tepat sasaran sehingga dapat menunjang keberhasilan Re-Branding media yang diliputi

##### 1. Media Utama



Gambar 4.7 Media Utama Logo KKN Ibu Anikoe

## 2. Media Pendukung

MEDIA PENDUKUNG	KONSEP
 <p data-bbox="488 1010 576 1043"><b>BAJU</b></p>	<p data-bbox="855 432 1369 741">Konsep desain pada baju ini adalah konsep sederhana karena tidak banyak hanya mengandalkan logo utama, kesan baju ini aesthetic dan cocok sekali untuk anak muda yang suka nongkrong di kedai tersebut, baju ini adalah sebagai media pendukung di kedai tersebut</p>
 <p data-bbox="443 1644 624 1677"><b>PIN BADGE</b></p>	<p data-bbox="855 1137 1369 1402">Konsep desain pin badge ini sama dengan konsep bajunya mengandalkan logo, hanya saja lebih menggunakan warna hitam metallic, supaya terlihat tidak terlihat hambar. Pin ini adalah merchandise di kedai tersebut.</p>



**APRON**

Konsep pada apron ini hanya memanfaatkan logo utama sebagai desain pada apron koki, berguna sebagai alat pelindung koki, pemilihan media ini didasarkan karena kebutuhan salah satu pakaian

Pelindung yang wajib digunakan untuk pekerjaan yang ada di kedai tersebut.



**MUG**

Konsep pada mug ini juga mengandalkan logo utama sebagai desain mug, berguna sebagai untuk minum minuman seperti kopi atau teh.



**PACKAGING**

Konsep pada packaging ini menggunakan banyak objek dan logo utama, pada objek dibelakang logo itu adalah makanan makanan yang dijual di kedai tersebut, dalam penggunaan warna merah pada packaging tersebut, masyarakat mudah mengingatkan dengan warna tersebut.



**BANNER**

Konsep pada banner ini sama dengan konsep yang ada pada konsep packaging hanya saja banner ini sebagai media informasi pada kedai kecil tersebut, dengan background warna merah, orang dapat mudah mengingat logonya kedai tersebut.



POSTER

Konsep pada banner ini sama dengan konsep yang ada pada konsep packaging hanya saja banner ini sebagai media informasi pada kedai kecil tersebut, dengan background warna merah, orang dapat mudah mengingat logonya kedai tersebut.



STIKER

Konsep desain stiker ini hanya menonjolkan si chefnya atau si ibu ani, karena sangat terkenal di daerahnya dan mudah diingat. Stiker ini sebagai merchandise untuk kedai kecil ibu anikoe ini.



KARTU NAMA

Konsep desain pada kartu nama ini sama dengan konsep banner hanya saja dibawah tersebut terdapat wadah untuk informasi pemesanan. Fungsi dari kartu nama ini adalah sebagai



MENU

Konsep media pada menu ini adalah pada penggunaan kertas menu menggunakan kertas tebal dan penggunaan warna merah sebagai warna utama pada kedai tersebut serta penggunaan font yang sangat pas, sehingga orang yang membaca menu tersebut mudah untuk dilihat, menu adalah media informasi terkait makanan apa saja yang ada kedai tersebut.