

BAB II. METODE PERANCANGAN

A. Orisinalitas

Perancangan dibuat tentang identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera, bertujuan agar dapat membangun citra imej Bank Sampah Alamanda semakin dikenal melalui identitas visualnya dan memaksimalkan pemasaran jasa dan produk yang dimiliki baik ke internal maupun eksternal. Perancangan karya tugas akhir identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera merupakan orisinal dari karya penulis dan belum pernah ada yang melakukan perancangan sejenis sebelumnya. Identitas visual yang akan dirancang bermula dari logo, tipografi dan warna sesuai dengan karakteristik, visi, misi dan nilai-nilai Bank Sampah Alamanda Sejahtera. Dalam pembuatan tugas akhir penulis mendapatkan data asli berdasarkan hasil analisis dan observasi pada lokasi maupun internet. Media utama yang digunakan berupa buku Graphic Standard Manual atau Brand Guideline yang berisi informasi lengkap logo, lalu media pendukung berupa stationary, packaging, dan media sosial. Berikut desain identitas visual serupa yang menjadi referensi penulis dalam membuat desain dan perancangan:

No	Inspirasi Karya Tugas Akhir Sejenis	Keterangan	
1		Bentuk / Jenis Karya	Branding
		Pemilik Karya	Shafira Qiddist Sayyida
		Institusi / Lembaga	Visual Communication Design Fakultas Industri Kreatif Universitas

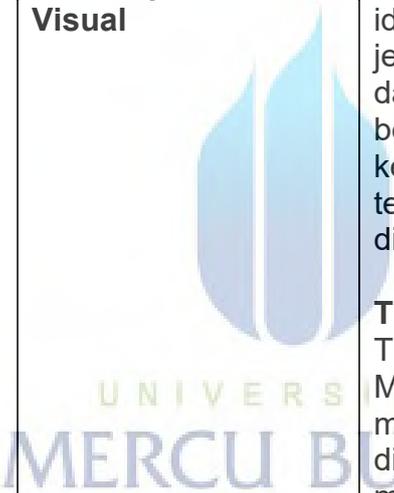
	<p>PERANCANGAN LOGO MEMAYU HAYUNING SURABAYA UNTUK PENINGKATAN NASABAH BANK SAMPAH INDUK SURABAYA</p> <p>Sumber: https://journal.uc.ac.id/index.php/vicidi/article/view/1932</p> <p>Sayyida, S. Q. (2020). PERANCANGAN LOGO MEMAYU HAYUNING SURABAYA UNTUK PENINGKATAN NASABAH BANK SAMPAH INDUK SURABAYA. Jurnal Vicidi, 10(1), 1–8. https://doi.org/10.37715/vicidi.v10i1.1932</p>		Ciputra UC Town, Citra Land, Surabaya
		Tahun Pembuatan	2020
	<p>Konsep Komunikasi / Konsep Bahasa Visual</p>	<p>Pendekatan Visual: Bentuk visual yang digunakan pada identitas visual logo menggunakan logo jenis kombinasi, menggunakan simbol dan typeface, simbol terbentuk dari kumpulan gambar daun hingga membentuk sebuah wayang. Serta typeface menggunakan jenis tipografi serif.</p> <p>Tipografi: Tipografi yang digunakan pada kata Memayu Hayuning dan Surabaya menggunakan jenis typeface serif dimana terdapat kait pada hurufnya.</p> <p>Warna: Warna yang digunakan pada identitas visual didominasi warna hijau yang melambangkan dedaunan dan lingkungan.</p>	

2	 <p>PENERAPAN VISUAL IDENTITY PADA PRODUK BANK SAMPAH UNIVERSITAS BUDI LUHUR</p> <p>Sumber: https://jurnal.budiluhur.ac.id/index.php/artinara/article/view/41/28</p> <p>Ricky Widyananda Putra, Rini Lestari, Taqwa Putra (2021). PENERAPAN VISUAL IDENTITY PADA PRODUK BANK SAMPAH UNIVERSITAS BUDI LUHUR. ARTINARA, VOL. 01 NO. 01, OKTOBER 2021, 34-3834. https://doi.org/10.36080/art.v1i01.41</p>	Bentuk / Jenis Karya	Branding
		Pemilik Karya	Ricky Widyananda Putra, Rini Lestari, Taqwa Putra
		Institusi / Lembaga	UNIVERSITAS BUDI LUHUR
		Tahun Pembuatan	2021
	Konsep Komunikasi / Konsep Bahasa Visual	Pendekatan Visual: Bentuk visual yang digunakan pada identitas visual logo menggunakan logo jenis kombinasi, menggunakan simbol dan typeface, simbol terbentuk dari berbagai berbagai elemen yakni seekor semut dan dua tangan yang melengkung membentuk lingkaran didalam lingkaran terdapat visual tanah serta bibit yang baru tumbuh.	

		<p>Tipografi: Tipografi yang digunakan pada kata KSM NYIUR Petani Sampah menggunakan jenis typeface sans-serif dimana tidak terdapat kait tanpa ornamen pada hurufnya dan memberikan kesan fleksibilitas dan memiliki keterbacaan yang tinggi.</p> <p>Warna: Warna yang digunakan pada identitas visual didominasi warna hijau dan coklat yang melambangkan alam dan lingkungan.</p>	
3	 <p>Perancangan Visual Brand Communication Bank Sampah Induk Surabaya</p> <p>Sumber: https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3208?show=full</p> <p>Lisa Indriati, Atria Nuraini Fadilla (2020). Perancangan Visual Brand Communication Bank Sampah Induk Surabaya . JURNAL RUPA VOL 5 NO 1 OCTOBER 2020. https://dx.doi.org/10.25124/rupa.v5i1.2936</p>	<p>Bentuk / Jenis Karya</p> <p>Pemilik Karya</p> <p>Institusi / Lembaga</p> <p>Tahun Pembuatan</p>	<p>Branding</p> <p>Lisa Indriati, Atria Nuraini Fadilla</p> <p>Visual Communication Design Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra UC Town, Citra Land, Surabaya</p> <p>2020</p>
	<p>Konsep Komunikasi / Konsep Bahasa Visual</p>	<p>Pendekatan Visual: Bentuk visual yang digunakan pada identitas visual logo menggunakan logo jenis kombinasi, menggunakan simbol</p>	

		<p>dan typeface, digambarkan dengan bentuk seperti tunas yang merepresentasikan sebuah harapan untuk bertumbuh bagi lingkungan dan organisasi. Simbol juga berbentuk huruf R yang merupakan inisial dari kampanye React.</p> <p>Tipografi: Logotype juga dibuat tebal dan kuat, menggambarkan keseriusan untuk mengajak orang berubah serta membawa energi dan antusiasme yang besar.</p> <p>Warna: Warna yang digunakan pada identitas visual didominasi warna hijau yang diasosiasikan dengan pertumbuhan, harmoni, kesegaran, keamanan, kesuburan serta lingkungan.</p>	
4	 <p>PERANCANGAN MEDIA IDENTITAS DAN KOMUNIKASI BAGI BANK SAMPAH GRIYA LUHU</p> <p>Sumber: https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/21876</p> <p>Utami, Ni Putu Indah Putri, Bijaksana Prabawa, and Diena Yudiarti. "PERANCANGAN MEDIA IDENTITAS</p>	Bentuk / Jenis Karya	Branding
		Pemilik Karya	Ni Putu Indah Putri Utami, Bijaksana Prabawa, Diena Yudiarti
		Institusi / Lembaga	TELKOM UNIVERSITY
		Tahun Pembuatan	2023

	DAN KOMUNIKASI BAGI BANK SAMPAH GRIYA LUHU." eProceedings of Art & Design 10.6 (2023).		
	Konsep Komunikasi / Konsep Bahasa Visual	Pendekatan Visual: Bentuk visual yang digunakan pada identitas visual logo menggunakan logo jenis kombinasi, menggunakan simbol dan typeface, simbol terbentuk dari berbagai berbagai elemen yakni gambar yang membentuk sebuah daun dengan gaya flat desain yang diambil atau terinspirasi dari pola batik endek khas Bali.	
		Tipografi: Tipografi yang digunakan pada kata GRIYA LUHU menggunakan jenis typeface serif dimana terdapat kait dan memberikan kesan tegas.	
		Warna: Warna yang digunakan pada identitas visual didominasi warna yang mencirikan khasanah Pulau Bali yakni hijau merah, oranye dengan jenis warna pantone.	
5	 Sustainable Indonesia PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI SUSTAINABLE INDONESIA Sumber: https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/ar	Bentuk / Jenis Karya Pemilik Karya Institusi / Lembaga Tahun Pembuatan	Branding Firzha Arienda, Mohammad Tohir Telkom University 2021

	<p>tdesign/article/view/16956</p> <p>Firzha Arienda, Mohammad Tohir.(2021). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI SUSTAINABLE INDONESIA. eProceedings of Art & Design 8.6 (2021).</p>		
	<p>Konsep Komunikasi / Konsep Bahasa Visual</p> 	<p>Pendekatan Visual: Bentuk visual yang digunakan pada identitas visual logo menggunakan logo jenis kombinasi, menggunakan simbol dan typeface, simbol terbentuk dari bentuk daun yang menandakan keberlanjutan atau sustainability dimana terdapat siloute tangkai dan bunga yang digambarkan kedalam lingkaran.</p> <p>Tipografi: Tipografi yang digunakan pada kata Memayu Hayuning dan Surabaya menggunakan jenis typeface sans-serif dimana tidak terdapat kait pada hurufnya memberikan kesan dinamis.</p> <p>Warna: Warna yang digunakan pada identitas visual didominasi warna hijau yang melambangkan dedaunan dan lingkungan atau alam.</p>	

Tabel 1 Studi Karya Sejenis

Konsep perancangan diatas adalah perancangan logo pada bank sampah dan organisasi pengelolaan sampah yang mempunyai nilai dan ciri khas karakteristik tersendiri yang bertujuan untuk meningkatkan citra imej, identitas merek yang kuat dan membedakan dari yang lainnya. Proses perancangan identitas visual

diatas dirancang atas pemilihan konsep, pemilihan warna, jenis huruf, dan penerapannya di berbagai media yang sesuai dengan peruntukannya.

Karya diatas menggunakan elemen dasar yang erat kaitannya dengan lingkungan dan alam yang didominasi gambar bentuk daun yang memberikan kesan bahwa brand tersebut merepresentasikan atau bergerak dibidang kepedulian akan lingkungan atau ramah lingkungan(go-green). Visi, misi, nilai, letak geografis bank sampah atau organisasi pengelolaan sampah turut mempengaruhi aspek visual sebagai konsep dasar atau awal untuk membuat logo tersebut. Pengguna warna dominasi warna hijau adalah warna yang erat kaitannya dengan alam yang asri dan segar yang memiliki makna pertumbuhan, kesuburan, kehidupan serta keberlanjutan dan keseimbangan. Jenis font-type yang digunakan cenderung menggunakan jenis font sans-serif diaman jenis font ini tidak memiliki dekorasi dan atau kait pada ujung hurufnya. Kecendrungan penggunaan font sans-serif pada logo diatas cenderung memberikan kesan modern, bersih, fleksible dan minimalis yang fungsi dari penggunaan font tersebut banyaknya media publikasi pada media digital membuat tingkat keterbacaan lebih tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dari pemangku kepentingan, perancangan identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera mengambil konsep minimalis, modern, ceria dan jelas. Konsep tersebut lalu dituangkan kedalam bentuk logo berdasarkan jasa atau layanan yang dimiliki oleh Bank Sampah Alamanda Sejahtera yakni daur ulang berbahan dasar sampah, menabung sampah anorganik yang dapat ditukar dengan sejumlah nilai, pengolahan sampah organik menjadi barang yang mempunyai nilai guna. Lalu Bank Sampah Alamanda Sejahtera digambarkan secara personifikasi sebagai “rumah” dimana yang diartikan sebagai tempat menampung produktivitas pengelolaan sampah. Penggunaan warna menggunakan kombinasi warna yang erat hubungannya dengan

ramah lingkungan seperti hijau dan biru serta emas, emas melambangkan suatu nilai jual yang bisa didapatkan dari pengelolaan sampah. Tipografi memakai jenis fontype sans-serif memberikan kesan minimalis dan modern sesuai dengan konsep logo yang akan dirancang, serta memberikan kemudahan keterbacaan pada berbagai media.

B. Target Perancangan

1. Target Audiensi

a. Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
Status : Anggota Rumah Tangga
Umur : 35 – 55 tahun (target primer)
20 – 34 tahun (target sekunder)
Kelas / Ekonomi : Kelas C-D / menengah ke bawah

b. Geografis

Masyarakat, bapak/ibu/anggota rumah tangga yang berada di wilayah Rawalumbu, Kota Bekasi.

c. Psikografis

Masyarakat yang mempunyai kesadaran untuk peduli akan lingkungan dengan memilah sampah secara baik dan benar.

C. Relevansi dan Konsekuensi Studi

Belum adanya identitas visual yang profesional membuat Bank Sampah Alamanda Sejahtera kurang maksimal dalam memasarkan layanan jasa dan produk yang dimiliki ke pihak internal maupun eksternal, identitas visual yang dimiliki sekarang ini dibuat berdasarkan diskusi singkat dari para pengurus tanpa melalui proses kreatif atau ilmu pengetahuan perancangan identitas visual. Relevansi proses perancangan dibutuhkan:

1. Studi Estetika

- a. Informasi mengenai Bank Sampah Alamanda Sejahtera.
- b. Pengetahuan tentang perancangan identitas visual yang baik berdasarkan bidang studi Desain Komunikasi Visual.

1. Identitas Visual

Identitas visual umumnya sering digunakan untuk merepresentasikan kepribadian perusahaan atau individu agar memiliki keunikan dan dapat dibedakan dengan pesaingnya dibidang yang sama. (Landa, 2014) menyebutkan bahwa identitas visual yang baik perlu memenuhi lima syarat yaitu mudah dikenali, mudah diingat, berkelanjutan, memiliki keunikan, dan fleksibel bila mengalmi perluasan usaha (hlm. 240-241). Salah satu bentuk identitas visual adalah logo. Menurut (Landa, 2014) Logo adalah tanda pengenal unik yang mampu menampilkan personalitas hingga ciri khas dari entitas tertentu. Adapun beberapa macam jenis logo yaitu logo type, lettermark, pictorial, abstract, emblem, dan combination (hlm. 247). Berikut adalah penjelasannya:

- Logo Type, merupakan logo yang elemen utamanya adalah typeface. Namun typeface yang dirancang dalam logo ini perlu memiliki keunikan agar dapat menjadi pembeda.
- Logo Lettermark, merupakan logo yang elemen utamanya adalah typeface. Namun jenis logo ini hanya terdiri dari 1 huruf atau lebih dan berupa inisial. Typeface yang

dirancang dalam logo ini juga perlu memiliki keunikan agar dapat menjadi pembeda.

- Logo Pictorial, merupakan logo yang elemen utamanya adalah gambar yang menyerupai sebuah objek. Perancangan gambar dalam logo ini harus dapat dikenali bentuknya.
- Logo Abstract, merupakan logo yang elemen utamanya adalah bentuk abstrak dan tidak secara langsung audiens memahaminya.
- Logo Emblem, merupakan logo yang elemen utamanya adalah gabungan dari typeface dan shape sebagai latarnya. Kedua elemen tersebut tidak dapat dipisahkan dan harus memiliki keunikan.
- Logo Combination, merupakan logo yang elemen utamanya adalah typeface dan simbol.

U 2. | Tipografi B I T A S

MERCU BUANA

Tipografi merupakan desain bentuk huruf serta penataannya dalam ruang. Type harus dapat berkomunikasi secara denotatif dan konotatif. Dalam penyusunan tipografi perlu diperhatikan juga keseimbangan visualnya dan dapat terbaca dengan mudah (Landa, 2014).

- Jenis Tipografi

(Landa, 2014) mengatakan bahwa terdapat beberapa macam jenis tipografi yaitu, Old Style, Transitional, Modern, Slab Serif, Sans Serif, Gothic, Script, dan Display. Berikut adalah penjabarannya:

- i. Old Style, merupakan tipografi Romawi sejak abad ke 15. Jenis tipografi ini memiliki ciri-ciri serif dan lengkungan besar. Contoh dari tipografi bergaya Old Style adalah Caslon, Garamond, dan Times New Roman.
- ii. Transitional, merupakan tipografi hasil dari pengembangan tipografi jenis Old Style pada abad ke 18. Jenis tipografi ini memiliki ciri-ciri memiliki serif dan gaya tipografi lebih 25 modern. Contoh dari tipografi bergaya Transitional adalah Baskerville dan Century.
- iii. Modern, merupakan tipografi hasil pengembangan dari tipografi jenis transitional pada awal abad ke 19. Jenis tipografi ini memiliki ciri-ciri bentuk yang geometris dengan goresan tebal tipis yang kontras. Contoh dari tipografi bergaya Modern adalah Didot, Bodoni, dan Walbaum.
- iv. Sans Serif, merupakan tipografi dengan ciri-ciri tidak memiliki serif dan tidak terdapat perbedaan tebal tipis goresannya. Contoh dari tipografi bergaya Sans Serif adalah Futura, Helvetica, dan Univers.



- v. Gothic, merupakan tipografi hasil pengembangan dari Blackletter. Jenis tipografi ini memiliki ciri-ciri goresan yang tebal dan jarak antar huruf yang rapat. Contoh dari tipografi bergaya Gothic adalah Textura, Rotunda, Schwabacher, dan Fraktur
- vi. Script, merupakan tipografi dengan ciri-ciri seperti tulisan tangan, menggunakan huruf sambung dan hurufnya tidak berdiri tegak namun memiliki kemiringan. Contoh dari tipografi bergaya Script adalah Brush Script, Shelley Allegro Script, dan Snell Round Hand Script.
- vii. Display, merupakan tipografi dengan ciri-ciri bentuk hurufnya yang rumit, dekoratif dan sulit terbaca bila diaplikasikan pada teks yang panjang. Umumnya digunakan untuk penulisan headline saja karena sulit terbaca.

3. Warna

Dalam buku yang berjudul *Color Design Workbook: A Real-World Guide to Using Color in Graphic Design* yang ditulis oleh (Adams, Stone, & Morioka, 2008) menjelaskan lebih dalam mengenai warna. Terdapat 6 prinsip keharmonisan warna yaitu komplementer,

analogus, split-komplementer, triad, double-komplementer, dan monokromatik. Melalui kombinasi-kombinasi warna tersebut dapat memberikan kesan dan pesan yang berbeda dalam desain (hlm. 21).

- Komplementer, merupakan skema warna 2 hue yang berseberangan dalam diagram warna. 2 hue yang berseberangan tersebut menciptakan kontras yang masih nyaman dimata audiens.
- Analogus, merupakan skema warna yang letaknya berdekatan dengan tingkatan terang gelap value tertentu.
- Split-komplementer, merupakan skema warna yang menggunakan 1 hue sebagai warna dasar dan 2 hue lainnya berada dalam posisi berseberangan dari hue dasar dan terdapat 1 tingkatan jeda. Prinsip warna ini tidak memberikan kesan kontras yang begitu berlebihan.
- Triad, merupakan skema warna yang menggunakan 3 hue dengan posisi 1/3 dari diagram warna. Prinsip warna ini memiliki perantara warna yang seimbang.
- Double-komplementer, merupakan warna skema warna yang terdiri dari 2 pasangan skema warna komplemen.
- Monokromatik, merupakan skema warna yang dihasilkan ketika sebuah hue dicampurkan dengan value.

4. Psikologi Warna

Menurut (Wibowo, 2013) mengenai arti dari sebuah warna sebagai berikut :

- Warna Merah melambangkan semangat, keberanian, amarah, bahaya, kekerasan, kekejaman, dan kesakitan.
- Warna Kuning melambangkan kegembiraan, keceriaan, kecemerlangan, keagungan, ciptaan.
- Warna Kuning Emas melambangkan kemewahan, kejayaan, kemenangan, kemuliaan, dan kekuatan spiritual.
- Warna Hijau melambangkan pertumbuhan, kesuburan, keremajaan, keyakinan, pengharapan, kesanggupan, kehidupan, dan penelitian.
- Warna Biru melambangkan kebenaran, keteguhan, ketenangan, kesejukan, kesetiaan, dan kemurahan hati.
- Warna Putih melambangkan kesucian, kebenaran, perdamaian, kemurnian, kejujuran, dan ketentraman.

- c. Pengetahuan isi dari Graphic Standard Manual atau Brand Guideline.
- d. Relevansi media promosi pada penerapan identitas visual.

2. Studi Teknis

- a. Penguasaan dalam menggambar manual
- b. Penguasaan menggunakan piranti lunak dalam membuat karya digital(vektor, bitmap, layout, dan lain lain)

3. Kelengkapan peralatan

a. Laptop

Perangkat keras elektronik yang digunakan dalam proses perancangan identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera.

b. Perangkat Lunak

Perangkat lunak yang terinstal dalam laptop sebagai alat untuk mengolah gambar, vektor dan sebagai, untuk menghasilkan identitas visual dan media penunjang Bank Sampah Alamanda Sejahtera.

c. Internet

Menyediakan akses tak terbatas ke berbagai sumber informasi untuk keperluan pendukung perancangan identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera.

4. Biaya Perancangan dan Produksi

No.	Keterangan	Qty.	Satuan	Total
1	Cetak Buku GSM	1pcs	Rp 70.000	Rp 70.000
2	X-banner	1pcs	Rp 150.000	Rp 150.000
3	Botol Sabun	3pcs	Rp 1.500	Rp 4.500
4	Stiker Botol Sabun	3pcs	Rp 250	Rp 250
5.	Packaging Lilin	4pcs	Rp 2.500	Rp 10.000

6	Dirigen Sabun Cair	1pcs	Rp 8.500	Rp 8.500
7	Sticker Dirigen SC	1pcs	Rp 2.500	Rp 2.500
8	Sticker Pulpen	30pcs	Rp 200	Rp 5.000
9	Pulpen Souvenir	30pcs	Rp 2.000	Rp 60.000
10	Kemeja	1pcs	Rp 200.000	Rp 200.000
11	ID Card + Lanyard	1pcs	Rp 30.000	Rp 30.000
12	Stationary	1set	Rp 50.000	Rp 50.000
			Total	590.750

Tabel 2 Biaya Perancangan dan Produksi

D. Skema Proses Desain



Tabel 3 Skema Proses Desain

1. Emphatize

a. Wawancara dan Observasi

Tahapan ini dilakukan observasi di tempat penerimaan tamu dan pengelolaan sampah Bank Sampah Alamanda Sejahtera yang terletak di kawasan perumahan Rawa Lumbu yang beralamat di Jl. Lumbu Tengah VIIIE No.166, RT.009/RW.028, Bojong Rawalumbu, Kec. Rawalumbu, Kota Bks, Jawa Barat 17116 dengan Bu Retni selaku narasumber informasi dan juga selaku seksi Pengembangan dan Pemasaran dari pihak Bank Sampah Alamanda. Dari hasil wawancara yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Bank Sampah Alamanda Sejahtera saat ini membutuhkan identitas visual yang profesional untuk

membangun citra imej yang lebih baik serta guna memaksimalkan pemasaran baik ke internal maupun eksternal untuk memasarkan jasa dan produk yang dimiliki. Dari keterangan beberapa pengurus mengatakan bahwa logo yang sekarang sangat sederhana dan awal pembuatannya ala kadarnya hanya berdasarkan tukar pendapat tanpa melalui proses kreatif serta keterbatasan pengetahuan akan pembuatan desain identitas visual yang baik dan benar lalu kekurangan sumber daya manusia yang dapat mengoperasikan piranti lunak untuk membuat logo tersebut.

2. Define

a. Pernyataan Masalah

Dari hasil observasi dan wawancara ditetapkan pernyataan masalah yang menjadi dasar konsep perancangan identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera yaitu dengan metode 5W1H lalu dituangkan kedalam creative brief sebagai acuan dalam proses mendesain identitas visual:

- What :
Bank Sampah Alamanda Sejahtera membutuhkan identitas visual yang selaras dengan visi, misi, dan nilai-nilai mereka yang dapat diterapkan pada produk dan jasa mereka, seperti pada media cetak kemasan produk lilin aroma terapi, sabun batang, sabun cair, media pendukung spanduk dan stationary serta media digital seperti sosial media Facebook dan Instagram.

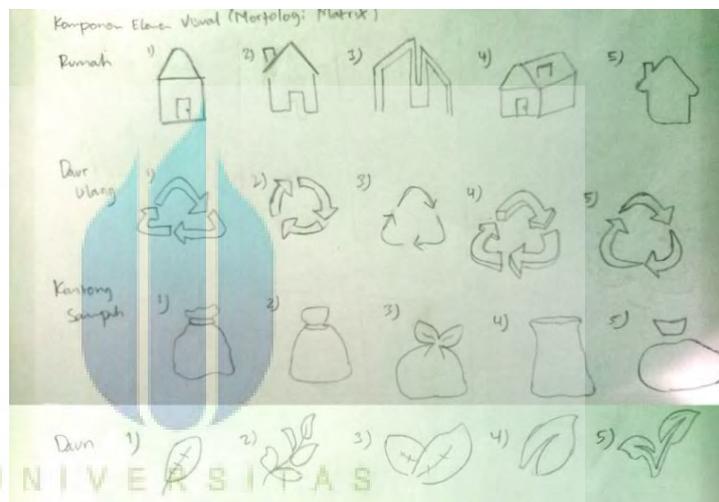
- Why :
Seiring perkembangan jaman dan motivasi untuk selalu berkembang Bank Sampah Alamanda ingin lebih dikenal lebih luas dalam memasarkan produk dan jasa yang mereka miliki. Melalui identitas visual yang profesional diharapkan dapat membantu Bank Sampah Alamanda lebih dipandang dan dikenal.
- Who :
Identitas visual ini ditargetkan kepada pihak internal seperti warga atau masyarakat sekitar serta pengurus organisasi yang lain, lalu pihak eksternal seperti mitra atau partner kerjasama untuk berkolaborasi dan kompetitor sebagai pembeda dari yang lain.
- When :
Ibu Retni dan Ibu Aprilia sangat antusias dengan perancangan ini dan diharapkan perancangan ini dapat segera selesai dan secara resmi mereka gunakan dalam organisasi.
- How :
Mengkonsepkan perancangan identitas visual berdasarkan data dan informasi yang didapat pengerjaannya menggunakan kajian dan literatur yang telah dipelajari semasa perkuliahan dan mengeksekusinya dengan alat penunjang seperti peranti lunak Adobe Illustrator, Adobe Photoshop dan ketrampilan menggambar serta pemahaman untuk analisa data.

Creative Brief Bank Sampah Alamanda Sejahtera

Bank Sampah Alamanda Sejahtera	
Projek	Perancangan Identitas Visual
Nama	Ibu Aprilia & Ibu Retni
Profil Organisasi	Bank Sampah Alamanda Sejahtera didirikan pada 7 Januari 2017 oleh sejumlah ibu-ibu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) yang berkegiatan sosial berbasis komunal setingkat Rukun Warga(RW). Para masyarakat sekitar antusias mendirikan bank sampah mandiri untuk menanggulangi permasalahan sampah yang ada dilingkungan mereka sebagai wujud kepedulian akan kebersihan alam dengan mengadakan pengolahan sampah anorganik, organik, serta daur ulang.
Target Audiensi	<p>i. Demografis</p> <p>Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan</p> <p>Status : Anggota Rumah Tangga</p> <p>Umur : 35 – 55 tahun (target primer) 20 – 34 tahun (target sekunder)</p> <p>Kelas / Ekonomi : Kelas C-D / menengah ke bawah</p> <p>ii. Geografis</p> <p>Masyarakat, bapak/ibu/anggota rumah tangga yang berada di wilayah Rawalumbu, Kota Bekasi.</p> <p>iii. Psikografis</p> <p>Masyarakat yang mempunyai kesadaran untuk peduli akan lingkungan dengan memilah sampah secara baik dan benar.</p>
Judul>Nama Logo	Bank Sampah Alamanda Sejahtera

Setelah key visual ditentukan dicari dan disatukan kedalam moodboard untuk memberikan gambaran visual terkait dengan key visual sebagai referensi dalam tahap pengembangan desain. Dalam moodboard diatas ditetapkan beberapa visual yang dirasa cocok sebagai refrensi dan ide dalam perancangan identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera.

d. Morfologi Matrix



MERCU BUANA
Gambar 4 Morfologi Matrix

Morfologi matrix visual dibuat berdasarkan key visual dan referensi moodboard untuk memberikan orisinalitas berdasarkan hasil gambar manual penulis. Elemen visual terdiri dari beberapa gaya gambar.

4. Prototype

a. Sketsa



Gambar 5 Sketsa

Proses pembuatan logo melalui proses sketsa berdasarkan diambil dari beberapa data dan informasi yang dimiliki.

b. Digitalisasi

1. Desain Logo

Tahap proses penggabungan semua elemen visual, yakni warna, logo, tipografi menjadi satu kesatuan yang telah disketsa lalu didigitalkan melalui peranti lunak kedalam beberapa logo sebagai perbandingan.



Logo 1. Combination / Logo Kombinasi



Logo 2. Abstrack Mark / Logo Abstrak



Logo 3. Pictorial Mark / Simbol



Logo 4. Wordmark / Logotype

Gambar 6 Alternatif Logo

5. Test

a. Pengujian Alternatif Logo

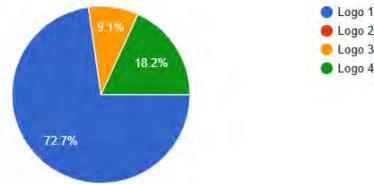
Pengujian alternatif logo dilakukan untuk mengetahui sejauh mana desain logo efektif menyampaikan pesan yang disampaikan dan sesuai dengan target audiens serta nilai dan visi Bank Sampah Alamanda Sejahtera.

Dari umpan balik yang didapat dari target audiens yang merupakan beberapa pengurus dan konsumen, audiens banyak memilih Logo 1 yaitu jenis logo kombinasi, yang dapat disimpulkan logo mempunyai keterbacaan yang jelas, memberikan kesan positif yang sesuai dengan mitra, logo mempunyai daya tarik membuat mudah diingat serta bagus jika dipasang diberbagai media.

Dalam sekilas pengelihatan logo mana yang anda sukai?

Copy

11 responses



Gambar 7 Target Audiens

Kenapa Anda menyukai logo tersebut?

11 responses

desain logonya sangat jelas, menarik, dan modern membuat mudah diingat

logo 1 desainnya bagus dan gampang dibaca

dilihat logonya memberikan kesan positif dan sesuai dengan mitra

logo 1 sepertinya akan kelihatan bagus diberbagai media

logo 1 logo dan nama nya jelas

simple dan elegan

ada gambarnya dan tulisan nama bank sampahnya

tulisan bank sampah alamanda sejahteranya keliatan jelas jadi langsung tau itu bank sampah alamanda sejahtera

Gambar 8 Umpan Balik

Sedangkan desain logo lainnya minm makna dan tidak mempunyai keterbacaan yang jelas membuat keterbatasan dalam pengaplikasian ke media pendukung.

Kenapa Anda tidak menyukai logo yang lain daripada yang Anda pilih?

11 responses

desainny kurang jelas

tidak sebgus desain logo 1

seperti tidak ada maknanya

kalaupun dipakai di media media lebih jelas logo 1

yang lain tidak ada nama organisasinya, logo 4 bagus tapi lebih bagus logo 1

desainnya terlalu rumit

selera saja

yang lain hanya menggambarkan logonya dan logo 4 tulisannya terlalu tipis

belum tau arti dari logonya

Gambar 9 Umpan Balik

b. Perwujudan dan Penyajian Karya

Setelah umpan balik didapatkan dan jika dirasa butuh perbaikan maka perancangan akan diperbaiki berdasarkan instruksi oleh pengurus organisasi sesuai dengan hasil komunikasi kedua belah pihak. Kemudian sebagai media utama perancangan akan dirancang sebuah Graphic Standad Manual (GSM) sebagai pedoman penggunaan identitas visual Bank Sampah Alamanda Sejahtera.

c. Uji Kelayakan Karya

Hasil perancangan diberikan kepada pengurus organisasi untuk meminta umpan balik dari hasil perancangan apakah sudah sesuai dengan harapan. Dan diadakannya pameran tugas akhir sebagai uji kelayakan karya kepada target audiens di Taman Ismail Marzuki Galeri Cipta 1, Jakarta Pusat yang dilaksanakan pada 31 Juni – 1 Juli 2024.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA