

## 4. KONSEP PERANCANGAN

Pada bab ini dibahas mengenai konsep perancangan *company profile* yang akan dibuat, strategi perancangan strategi kreatif, standar visual, standar aplikasi.

### 4.1. Strategi Perancangan

Berdasarkan analisis data – data yang telah dilakukan sebelumnya, maka akan dibuat beberapa strategi perancangan yang akan dilakukan dalam membantu perusahaan PT. Bali Langit Biru. Perancangan yang dilakukan adalah perancangan *company profile* sebagai media promosi berbasis komunikasi visual perusahaan PT. Bali Langit Biru. Oleh karena itu, untuk membantu proses promosi perusahaan, pada awalnya, strategi yang dilakukan adalah memperkuat identitas perusahaan dengan memperbarui penampilan perusahaan yang tampak secara visual. Identitas perusahaan dapat berupa tampilan kartu nama, *letterhead* dan amplop, serta beberapa perangkat sederhana yang dimiliki oleh perusahaan. Setelah itu, berdasarkan dari informasi yang telah didapat, maka akan disusun beberapa materi yang akan ditampilkan pada beberapa media promosi sebagai *company profile* perusahaan.

Perancangan tersebut dibuat untuk menanamkan citra perusahaan baik itu yang sudah ada maupun yang akan datang. Dalam hal ini, perusahaan yang telah lama ada dalam bidang usahanya, dan bukan sesuatu yang baru bagi sebagian besar masyarakat yang telah mengenalnya, khususnya konsumen dari perusahaan itu sendiri.

Untuk membantu perancangan *company profile* yang dilakukan, maka dipilih beberapa media efektif yang dapat digunakan dalam proses promosi yang dilakukan perusahaan. Media – media yang dinilai cukup efektif dalam membantu perancangan ini adalah *website*, *booklet*, *interactive CD*, serta beberapa media pendukung lainnya seperti kalender, poster, brosur, dan lain sebagainya.

Perancangan yang dilakukan melibatkan beberapa elemen pendukung, seperti penempatan karakter visual dalam perancangan yang dilakukan. Visualisasi yang dilakukan menggunakan gaya desain *simplicity* dengan masih memperlihatkan *local content* yang dimiliki oleh pulau Dewata. Perancangan

yang dilakukan ditujukan untuk kalangan masyarakat menengah ke atas, mengingat konsumen PT. Bali Langit Biru hampir seluruhnya merupakan orang – orang yang berasal dari luar negeri yang mempunyai gaya hidup serba efektif disertai mobilitas yang cukup tinggi dan menyukai suatu perjalanan.

#### **4.2. Strategi Kreatif**

Strategi kreatif yang digunakan pada perancangan ini adalah strategi *positioning*. Strategi ini dipilih karena dinilai cukup efektif dalam memecahkan masalah yang ada. Terbentuknya *positioning* ini sendiri karena didasari atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dalam menangani kompetitornya yang semakin banyak bermunculan dan mempunyai kinerja disertai teknologi yang tidak jauh berbeda dengan yang dimiliki oleh PT. Bali Langit Biru. Untuk itulah PT. Bali Langit Biru sendiri harus secara jelas dapat menempatkan dirinya dalam persaingan usaha yang ada saat ini terhadap para kompetitornya yang lain. Oleh karena itu, dalam perancangan ini dilakukan perancangan *company profile* sebagai media promosi perusahaan PT. Bali Langit Biru dan hal tersebut diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi PT. Bali Langit Biru untuk memperbaiki pelayanannya dari berbagai sisi menjadi lebih baik lagi ke depannya.

4.2.1. *learn more.*

Mengingat semakin ketatnya persaingan dan juga semakin banyaknya perusahaan lain yang berbondong-bondong untuk bergerak di lahan usaha yang sama, maka PT. Bali Langit Biru sendiri diharapkan dapat menempatkan dirinya di benak para konsumennya. Untuk itu, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam strategi perancangan, bahwa posisi yang telah ditempatkan oleh PT. Bali Langit Biru sebelumnya terhadap para kompetitor dan para konsumennya, yakni ‘*specialist in casting*’, sudah tidak *valid* lagi terhadap keadaan yang sekarang, maka dipilihlah sebuah kata sederhana untuk mewakili perusahaan dalam persaingan usaha ini, yaitu ‘*learn more.*’.

Dalam hal ini, PT. Bali Langit Biru ingin mengungkapkan bahwa mereka ‘belajar lebih’ dalam menangani kebutuhan konsumennya dan akan tetap ‘belajar lebih lagi’ ke depannya dalam menanggapi kebutuhan konsumennya. Bukannya ingin menekankan dalam hal ‘lebih berpengalaman’ dibanding para

kompetitornya, karena banyak sekali perusahaan kompetitor yang mengaku sebagai pelopor bidang usaha casting di pulau dewata tersebut. Selain itu bukannya tidak mungkin apabila kata-kata 'lebih berpengalaman' sendiri akan menjadi boomerang bagi PT. Bali Langit Biru apabila ternyata ada kompetitor lain yang lebih baik lagi dibanding perusahaan tersebut dalam menangani konsumennya. Untuk itulah, dengan kata 'belajar lebih' diharapkan dapat membantu perusahaan mewakili citra yang dimilikinya di hadapan para konsumennya. menonjolkan perusahaan dari beberapa sisi untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumennya, yaitu dari segi kualitas dan cita rasa produk yang ditawarkan oleh perusahaan, pelayanan (services) serta kepercayaan terhadap perusahaan yang telah berjalan cukup lama dalam bidangnya. Hal-hal itulah yang ingin ditekankan oleh perusahaan kepada konsumennya. Karena dengan 'belajar lebih' itulah diharapkan perusahaan dapat lebih baik lagi dan akan menjadi semakin lebih baik lagi ke depan dengan 'belajar lebih banyak lagi' mengenai kebutuhan konsumennya.

#### 4.2.2. BLB 925

Sedangkan untuk kata "BLB 925" sendiri juga akan ditampilkan setiap media promosi yang ada, untuk mengingatkan kepada konsumen mengenai produk yang dipasarkan oleh PT. Bali Langit Biru. Kata itu sendiri telah tertera pada setiap produk yang mereka hasilkan di perusahaan. Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa '925' adalah angka yang sangat istimewa bagi pengrajin perak, karena angka tersebut mewakili persentase kemurnian perak yang mereka miliki. Sedangkan 'BLB', cukup dikenal oleh konsumen PT. Bali Langit Biru, yang merupakan singkatan dari nama perusahaan tersebut.

Untuk membantu perusahaan PT. Bali Langit Biru dengan perubahan yang dimilikinya, maka tidak hanya perancangan *company profile* pada beberapa media promosi itu sendiri, namun juga memperbarui tampilan dasar yang dimiliki oleh sebuah perusahaan seperti tampilan *letterhead* dan amplop, kartu nama, folder, faksimili, beserta media pendukung perusahaan lainnya. Pada perancangan *company profile* sendiri dipilih beberapa media promosi yang dirasa cukup efektif bagi perusahaan untuk maju ke depannya, seperti media *website*, *booklet*, *interactive CD*, serta beberapa media pendukung lainnya seperti kalender, poster,

brosur, signage, *product packaging*, dan lain sebagainya. Diharapkan melalui perancangan ini merupakan dasar atau titik awal bagi perusahaan untuk memulai mengembangkan dirinya dalam bidang usaha yang digelutinya.

### 4.3. Standar Visual

Dalam sub bab ini dibahas standar visual dari perancangan yang dilakukan, segi visual mengenai perancangan *company profile* yang dilakukan dari berbagai segi, seperti dari karakter desain, warna, bentuk tipografi, serta standar aplikasinya pada beberapa media.

#### 4.2.1. Karakter Desain

Untuk karakter desain pada perancangan *company profile* ini, bentuk perancangan yang dilakukan kebanyakan menampilkan beberapa bentukan sederhana disertai bentukan seni yang disesuaikan dengan lokal *content* pulau Bali. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu upaya untuk membuat karakter PT. Bali Langit Biru sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan perak, di mana hal tersebut merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki oleh pulau Bali.

Selain itu, untuk memperkuat identitas perusahaan, desain dibuat dengan menggunakan warna-warna hijau *tosca*. Warna tersebut dipilih, karena dasar dari identitas PT. Bali Langit Biru adalah hijau *tosca*, bahkan saat ini perusahaan tersebut semakin memperkuat kesan hijau *tosca* dengan menampilkan warna tersebut pada langit-langit perusahaan di PT. Bali Langit Biru di Bali.

Secara visual, perancangan yang dilakukan menggunakan gaya desain *simplicity*. Gaya tersebut dipilih untuk menunjukkan kelugasan dan kejelasan penyampaian informasi yang dilakukan kepada *audience* yang dikemas dalam bentuk sesederhana mungkin dan menampilkan produk yang ditawarkan kepada konsumen, juga masih tetap menampilkan kesan artistik yang merupakan salah satu hal yang dimiliki oleh PT. Bali Langit Biru dalam menawarkan produknya.

Secara keseluruhan, kesan yang ingin ditampilkan oleh perusahaan adalah kesan yang sederhana, namun masih tetap menampilkan nilai – nilai artistik sebagai bagian dari perusahaan itu sendiri juga menampilkan produk yang ditawarkannya.

#### 4.2.2. Tipografi

Untuk penggunaan huruf dalam tampilan *company profile* yang dibuat, menggunakan huruf yang terkesan formal, seperti Trebuchet MS, Atilla Normal. Penggunaan huruf sans serif sendiri dipilih untuk menampilkan kesan formal namun masih tetap sederhana dan santai atau tidak terlalu kaku.

Beberapa contoh huruf :

Attila Normal

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 . , <>? | ()- \_ +

Trebuchet MS

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 . , <>? | ()- \_ +

#### 4.2.3. Warna

Pada tampilan *company profile* yang dibuat kebanyakan menggunakan warna – warna *tosca* untuk menampilkan kesan alam dan juga warna itu sendiri merupakan warna dasar yang dimiliki perusahaan dan telah menjadi identitas perusahaan selama usahanya berkembang. Hijau *tosca* sendiri diambil atau berasal dari warna suatu batu alam, di mana warna *tosca* tersebut sangat unik karena berada di antara warna hijau dan biru.

### 4.4. Standar Aplikasi

Standar aplikasi membahas mengenai aplikasi dari perangkat *company profile* yang dibuat yang menjadi standar dalam keseluruhan perancangan ini, mulai dari format desain dan spesifikasi desain yang meliputi bentuk, warna, tipografi..

#### 4.4.1. Format desain

Dalam aplikasinya perancangan *company profile* ini cenderung menggunakan gaya desain *simplicity minimalis*, dengan layout yang sesederhana mungkin untuk mempermudah fokus pembaca mengenai informasi yang

diberikan perusahaan, sehingga terkesan sederhana namun masih tetap artistik dan *minimalis* sehingga memudahkan konsumen memperoleh informasi serta penampilannya yang tertata membuat perancangan yang dibuat terkesan berkelas.

Untuk gambar visual sendiri banyak menggunakan fotografi sebagai penampilannya. Penggunaan fotografi tersebut untuk menonjolkan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan baik dari segi kualitas maupun cita rasa, selain itu untuk menampilkan sisi perusahaan secara baik di hadapan konsumen. Perancangan *company profile* ini sendiri terkesan formal karena banyak ditampilkan sebagai media presentasi sekaligus promosi bagi klien, untuk itu pemilihan fotografi sebagai tampilan visual sesuai untuk perancangan ini.

Format desain sendiri berukuran macam-macam disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing media promosi.

#### 4.4.2. Spesifikasi Desain

##### a. logo

Untuk penggunaan logo perusahaan harus selalu ditampilkan pada setiap media-media promosi untuk mewakili perusahaan tersebut. Untuk logo perusahaan disertai dengan *tagline* '*learn more.*' menjadi suatu aplikasi tersendiri bagi setiap media yang ada. Gambar atau ilustrasi logo dalam standar aplikasi perancangan ini selalu ditampilkan secara keseluruhan, baik dalam media cetak ataupun media digital. Ditampilkan dalam *full color*, monokrom, secara *outline* ataupun dalam bentuk negatif, disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing media.

##### b. Warna

Warna-warna yang digunakan sebagian besar menggunakan warna-warna hijau *tosca* dengan spesifikasi 77C 2M 58Y 0K. Warna yang ditampilkan dapat juga lebih tua atau lebih muda dari warna tersebut, disesuaikan dengan kebutuhan perancangan, namun masih dalam konteks warna hijau *tosca*.

Warna tersebut akan muncul pada setiap media promosi yang digunakan dalam perancangan ini untuk menonjolkan identitas perusahaan seperti yang telah dibahas sebelumnya.

### c. Gambar

Gambar-gambar yang ditampilkan pada perancangan *company profile* ini sebagian besar diambil dengan teknik fotografi. Menggunakan teknik foto agar dapat membantu proses visualisasi mengenai informasi yang ada pada PT. Bali Langit Biru.

### d. Tipografi

Pada logo perusahaan huruf yang dipakai menggunakan jenis huruf Atilla Normal, dengan tampilan yang terkesan sederhana, tidak kaku, namun masih formal dan santai. Pada perancangan *company profile* ini sendiri bagian dari informasi yang ditampilkan juga menggunakan huruf Atilla Normal sebagai bagian dari identitas perusahaan, selain itu huruf tersebut dirasa sesuai dengan kebutuhan perancangan tersebut.

contoh huruf Atilla Normal :

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 . , <> ? | () - \_ +

### e. Layout

Layout yang akan ditampilkan pada setiap media ditampilkan secara sederhana dengan tampilan yang terkesan mewah namun masih memperhatikan unsur-unsur daerah asal yang dikembangkan (*local content*) perusahaan untuk *company profile* yang akan dirancang.