

### 3. Konsep Perancangan

#### 3.1. Sintesis

##### 3.1.1. Tujuan Perancangan

##### 3.1.1.1. Tujuan Perancangan Jangka Pendek

Tujuan dari Perancangan untuk jangka pendek, antara lain:

- Memecahkan masalah-masalah yang telah dirumuskan pada rumusan masalah yaitu meningkatkan *brand awareness* dari Perusahaan Plastik Ada dan menanamkan *image* dari produk Perusahaan Plastik Ada, lalu diharapkan respon dari *target audience* primer, yaitu para distributor untuk terus mengkonsumsi produk dari Perusahaan Plastik Ada tersebut.
- Sedang untuk *target audience* sekunder, yaitu kalangan masyarakat menengah ke bawah, diharapkan responnya untuk terus menggunakan produk Perusahaan Plastik Ada yang harganya terjangkau.

##### 3.1.1.2. Tujuan Perancangan Jangka Panjang

Tujuan dari perancangan untuk jangka panjang ini bersifat komersial dengan pendekatan persuasif dan untuk meningkatkan *brand loyalty* di mata para *target audience* untuk terus bisa setia mengkonsumsi produk Perusahaan Plastik Ada dan tidak beralih pada produk plastik perusahaan plastik lain. Selain itu, juga untuk bisa meningkatkan segmentasi *target audience* dari Perusahaan Plastik Ada, yang awalnya hanya terbatas untuk kalangan menengah ke bawah, dengan adanya perancangan ini, bisa naik hingga ke kalangan menengah ke atas.

### 3.1.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan dibuat dengan sebuah media *company profile* yang berupa sebuah map/buku yang bersifat mengenalkan produk Perusahaan Plastik Ada kepada *target audiencenya*.

Strategi perancangan ini lebih difokuskan pada pembahasan mengenai program peluncuran perancangan terutama pada bagian media-media yang bersifat sebagai promosi, yang dibagi menjadi 2 bagian besar:

- Media-media dalam, yaitu: logo, *company profile* dan *sign age*.
- Media-media luar, yaitu: *merchandise*, kalender, brosur, *web-site*, *stationery kit*, alat transportasi, *direct-mail* baik untuk konsumen barang-barang rumah tangga maupun konsumen *injection* dan seragam.

Untuk media-media cetak dan elektronik tidak digunakan karena dalam suatu perusahaan plastik, bukan promosi yang utama, tapi pengalaman, koneksi, kepercayaan dan keahlian yang paling penting. Selain itu, Perusahaan Ada Plastik pernah memasang iklan di *Yellow Pages*, namun tidak ada hasilnya.

### 3.1.3. Tujuan Komunikasi Perancangan *company profile*

- Menanamkan kepercayaan konsumen terhadap produk Perusahaan Plastik Ada.
- Lebih mengenalkan produk Perusahaan Plastik Ada pada *target audience* primer, yaitu para distributor.
- Meningkatkan *brand awareness* produk Perusahaan Plastik Ada pada para distributor tersebut.

### 3.1.4. Strategi Komunikasi Perancangan *company profile*

Strategi komunikasi yang digunakan adalah pesan-pesan mengenai Perusahaan Plastik Ada, yaitu sebagai perusahaan plastik yang sudah berpengalaman, berdiri 37 tahun, dan dapat dipercayai.

## 3.2. *Target Market*

Segmentasi *target market* dari Perusahaan Plastik Ada ini dibagi menjadi 4 bagian besar, yaitu: demografis, geografis, behaviouristis, psikografis.

### 3.2.1. Demografis

- Jenis kelamin : Pria
- Usia : 30-55 tahun
- Pekerjaan : Wiraswasta, distributor, pemilik toko plastik dan pemilik toko kebutuhan sehari-hari
- SES : kalangan menengah ke bawah-kalangan menengah

### 3.2.2. Psikografis

- Gaya hidup : sederhana, praktis
- Kepribadian : hemat

### 3.2.3. Behavioristis

- Manfaat :  
Bagi para distributor yang ingin menjual produk Perusahaan Plastik Ada kembali.
- Status pemakai :

Para konsumen yang tidak mepedulikan status dan gengsi, asal harga terjangkau.

- Status kesetiaan :

Para konsumen yang banyak terdiri dari para distributor cenderung tidak setia pada produk Perusahaan Plastik Ada ini karena kalau ada produk plastik Perusahaan lain yang lebih murah, mereka lebih cenderung untuk beralih pada produk yang lebih murah tersebut.

- Tahap kesiapan membeli :

Para distributor biasanya tidak langsung membeli produk Perusahaan Plastik Ada, karena mereka akan membandingkan dulu dengan perusahaan plastik lain, yang mana yang lebih murah.

- Sikap terhadap produk :

Setiap konsumen yang suka barang yang murah dan awet

#### 3.2.4. Geografis

- Wilayah : Pulau Jawa, Pulau Madura, Pulau Bali, Pulau Lombok, dan Pulau Sulawesi.
- Lokasi : Surabaya

### 3.3. Konsep Media

#### 3.3.1. Tujuan Media

Tujuan dari media-media yang digunakan untuk kegiatan promosi Perusahaan Plastik Ada, antara lain:

- Menanamkan *brand awareness* terhadap produk Perusahaan Plastik Ada.
- Agar *target audience* mengetahui keberadaan Perusahaan Plastik Ada

### 3.3.2. Program Media

#### 3.3.2.1. Logo Perusahaan Plastik Ada

Logo Perusahaan Plastik Ada yang didesain dengan gaya desain yang modern.

#### 3.3.2.2. *Company profile*

*Company profile* Perusahaan Plastik Ada ini dibuat berupa buku *full-colour* berukuran 19,8x19,8. Didesain dengan gaya modern. Dicitak sebanyak 500 eksemplar.

#### 3.3.2.3. *Sign age*

*Sign age* Perusahaan Plastik Ada ini akan dipasang di depan kantor perusahaan tersebut, karena kondisi perusahaan ini tidak terlihat dari luar sebagai sebuah perusahaan plastik sehingga *sign age* sangat dibutuhkan sebagai penunjuk identitas dari Perusahaan Plastik Ada sehingga banyak yang mengetahui keberadaan perusahaan ini. Ukuran: 7m x 1,8m. Akan dibuat sebanyak 1 buah dan diletakkan di depan kantor Perusahaan Plastik Ada di Jalan Simokwagean no 22, Surabaya.

#### 3.3.2.4. *Merchandise*

*Merchandise* Perusahaan Plastik Ada yang berupa bolpoin akan dibagi-bagikan pada setiap pembelian dalam jumlah tertentu, agar dapat menanamkan *brand awareness* di benak konsumen. *Merchandise* Perusahaan Plastik Ada yang didesain berupa bolpoin. Akan dibuat sebanyak 500 biji.

### 3.3.2.5. Kalender

Untuk kalender Perusahaan Plastik Ada akan dibagikan setiap awal tahun kepada konsumen-konsumen Perusahaan Plastik Ada agar setiap saat konsumen melihat kalender tersebut setiap hari, dapat ditanamkan *brand awareness* di benak konsumen. Akan dicetak sebanyak 300 buah. Ukuran 9 cm x 9 cm

### 3.3.2.6. Brosur

Untuk brosur Perusahaan Plastik Ada, pembagian brosur dilakukan di sudut Jalan Ahmad Yani (depan Giant) dan di Jl. Raya Darmo (perempatan jalan), serta akan disebarakan bersamaan dengan pengiriman surat kabar 'Jawa Pos' dengan perantara loper koran. Brosur di jalan akan dibagikan selama di hari Senin-Jumat karena hari itu adalah hari kerja tanggal 3-7 Juli 2006. Sedangkan, brosur lewat Koran akan dibagikan setiap hari Senin pada tanggal 10 dan 24 Juli 2006, untuk kembali mengingatkan orang akan keberadaan Ada Plastik setelah brosur di jalan dibagikan. Akan dicetak bolak-balik, untuk konsumen *injection* dan konsumen alat rumah tangga. Ukuran: 15cm x 20cm. Akan dicetak sebanyak 1.050.000 lembar. Dengan perincian 1.000.000 lembar untuk disebarakan lewat Jawa Pos dan 50.000 lembar untuk dibagikan di jalan.

Jadwal brosur lewat Koran:

S	S	R	K	J	S	M
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Skema 3.1. Jadwal koran

### 3.3.2.7. *Web-site*

*Web-site* Perusahaan Plastik Ada akan didesain secara menarik dan modern, karena *web-site* ini tidak hanya akan dibuka oleh distributor dalam negeri, tetapi juga distributor luar negeri, oleh karena itu, *web-site* ini akan menggunakan bahasa internasional, yaitu bahasa Inggris.

Di *web-site* ini akan diberikan data-data dan foto mengenai lokasi dan produk dari Perusahaan Plastik Ada. Ukuran 600 x 800 *pixel*

### 3.3.2.8. *Stationery Kit*

*Stationery Kit* yang akan dibuat adalah: kartu nama, kertas surat dan amplop. Masing-masing akan dibuat 600 lembar. Kartu nama dicetak dengan ukuran 9cm x 5 cm, sedangkan kertas surat (ukuran 21,6 x 30 cm) dan amplop (ukuran 23cm x 11 cm).

### 3.3.2.9. Alat Transportasi

Sebagai salah satu alat transportasi yang sering berkeliling, truk pengangkut barang Perusahaan Plastik Ada juga dapat digunakan sebagai sarana promosi keliling yang sangat efektif. Untuk itu, truk juga diberi *sticker* yang menarik dan eksklusif agar dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya saat melintas di jalan. Akan dicetak di truk L 300 milik Perusahaan Plastik Ada.

### 3.3.2.10. *Direct-mail* untuk konsumen *injection*

*Direct-mail* untuk konsumen *injection* akan dikirimkan kepada nama-nama orang yang diperkirakan dapat menjadi konsumen Perusahaan Plastik Ada. *Direct mail* ini dapat dikirimkan kembali ke

Perusahaan Plastik Ada untuk mempermudah pendataan konsumen.

Ukuran: A4. Dicitak sebanyak 10.000 lembar

#### 3.3.2.11. *Direct-mail* untuk konsumen alat rumah tangga

*Direct-mail* untuk konsumen alat rumah tangga akan dikirimkan kepada nama-nama orang yang diperkirakan dapat menjadi konsumen Perusahaan Plastik Ada. *Direct mail* ini dapat dikirimkan kembali ke Perusahaan Plastik Ada untuk mempermudah pendataan konsumen. Ukuran: A4. Dicitak sebanyak 10.000 lembar.

#### 3.3.2.12. Seragam

Seragam didesain untuk pakaian para pegawai Perusahaan Plastik Ada sehingga berkesan eksklusif. Dibuat sebanyak 50 baju.

### 3.4. Konsep Kreatif

#### 3.4.1. Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang akan digunakan dalam mendesain *company profile* Perusahaan Plastik Ada ini adalah menanamkan kepercayaan konsumen karena pengalaman Perusahaan Plastik Ada selama 37 tahun. Untuk itu, baik dari segi bentuk maupun warna yang digunakan harus dapat menumbuhkan kepercayaan di benak konsumen.

Karena logo Perusahaan Ada sudah kuno karena tidak pernah berubah sejak tahun 1968, maka langkah awal dalam tahap perancangan ini adalah *re-design* logo Perusahaan Plastik Ada dengan warna dan bentuk yang mencerminkan pengalaman perusahaan dan kepercayaan konsumen. Logo Perusahaan Plastik Ada ini akan didesain dengan gaya desain modern yang mencerminkan keeksklusifan Perusahaan Plastik Ada, sehingga *image*

yang terbentuk pada konsumen terhadap Perusahaan Plastik Ada adalah sebuah perusahaan plastik modern yang telah berpengalaman puluhan tahun, sehingga dapat dipercayai.

Sesudah logo *dire-design*, maka tinggal mendesain pengembangan dari logo tersebut dan penerapannya dalam *company profile* dan segala jenis promosi untuk mendukung adanya *company profile* tersebut dengan gaya desain modern sesuai dengan gaya desain logo tersebut karena semuanya harus saling bekesinambungan satu sama lain.

### 3.4.2. Strategi Kreatif

#### 3.4.2.1. Isi pesan

Isi pesan pokok dalam perancangan *company profile* adalah menunjukkan kepada para distributor/*customer* bahwa Perusahaan Plastik Ada adalah perusahaan plastik yang sudah berdiri sejak tahun 1968, berpengalaman dan terpercaya, juga memperkenalkan produk-produk yang diproduksi oleh Perusahaan Plastik Ada kepada para *customer*.

#### 3.4.2.2. Bentuk visualisasi

Bentuk visualisasi dari *company profile* Perusahaan Plastik Ada ini berupa buku segiempat ukuran 19,8cm x 19,8cm yang didesain dengan gaya yang modern senada dengan logo Perusahaan Plastik Ada yang juga didesain dengan gaya modern pula. Ukuran 19,8cm x 19,8 cm dipakai dengan pertimbangan ekonomis karena dengan ukuran itu, 2 halaman *company profile* sama dengan 1 lembar kertas A4. *Company Profile* ini berisi tentang sejarah, lokasi dan produk-produk Perusahaan Plastik Ada yang didesain setiap halamannya.

### 3.4.2.3. Logo

Untuk logo Perusahaan Plastik Ada ini akan dibuat *re-designnya* karena desain logo Perusahaan Ada yang lama sudah terlalu kuno dan tidak pernah diperbaharui sejak tahun 1968. Untuk itu, akan didesain sebuah desain logo bergaya modern, agar *image* Perusahaan Plastik Ada yang terbentuk dari desain logo tersebut juga ikut terangkat dengan adanya modernisasi.

Logo Perusahaan Plastik Ada yang lama:



Gbr. 3.1. Logo Plastik Ada yang lama

Logo Perusahaan Plastik Ada yang baru:



Gbr. 3.2. Logo Plastik Ada yang baru

Logo Perusahaan Plastik Ada yang baru ini termasuk logo penggabungan gambar dan tulisan. Makna polkadot dari logo tersebut adalah bijih plastik, bahan dasar dari pembuatan plastik yang akhirnya berubah menjadi suatu bentukan plastik sesuai yang diinginkan, dilambangkan berupa garis lengkung. Polkadot diberi warna yang berbeda secara diagonal agar dapat dibaca sebagai huruf 'A' (dari kata 'Ada'). Huruf yang digunakan untuk kata 'Ada Plastic' adalah huruf *Interdimensional*, contoh:

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZO  
123456789

dan untuk kata 'experienced since 1968' adalah huruf *Century Gothic*, contoh:

**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**  
**0123456789**

Huruf *Interdimensional* digunakan karena berkesan amat modern dan mengikuti perkembangan zaman. Warna yang digunakan didominasi warna biru, yang melambangkan kepercayaan, setia, dan dapat diandalkan. Warna ini direkomendasikan untuk bisnis. Selain itu, juga digunakan warna abu-abu, yang memberikan kesan berkualitas, terpercaya, tidak

terbatas oleh waktu. Warna abu-abu ini untuk menciptakan kesan anggun dan untuk menarik pasar kelas atas, sesuai dengan tujuan Perusahaan Ada Plastik, menaikkan pangsa pasar.<sup>1</sup>

### 3.4.3. Program Kreatif

#### 3.4.3.1. Tema Pokok Perancangan

Tema pokok dari perancangan *company profile* Perusahaan Plastik Ada ini adalah

#### 3.4.3.2. Pemilihan bentuk pesan verbal

Kata-kata yang akan dipakai untuk *company profile* dan sarana promosi Perusahaan Plastik Ada ini adalah "*Experienced Since 1968*" yang diharapkan akan menunjukkan pengalaman puluhan tahun Perusahaan Plastik Ada untuk menanamkan kepercayaan konsumen pada Perusahaan Plastik Ada.

#### 3.4.3.3. Pemilihan bentuk pesan visual

Pesan visual yang akan dipakai untuk *company profile* adalah berupa foto-foto produk dan lokasi Perusahaan Plastik Ada, selain itu juga didesain dengan desain grafis berupa permainan bentuk dan warna.

Untuk fotografi produk dan lokasi Perusahaan Plastik Ada pada *company profile* ini dipakai untuk lebih menegaskan dan memperkenalkan produk dan lokasi Perusahaan Plastik Ada kepada para konsumen, agar mengetahui lebih jauh tentang Perusahaan ini, baik dari pengalaman, mesin dan lain-lain.

---

<sup>1</sup> Danger, E.P., Loc cit.

#### 3.4.3.4. Gaya visualisasi

Gaya desain yang akan digunakan untuk mendesain *company profile* Perusahaan Plastik Ada ini adalah gaya desain modern, *new simplicity* yang akan banyak menggunakan unsur *white space* untuk menonjolkan kesan elegan dan eksklusif dari *company profile* Perusahaan Plastik Ada. Di samping itu, gaya desain ini juga banyak menonjolkan teknik fotografi.

#### 3.5. Budget

Untuk desain *company profile* dan sarana-sarana promosi lain yang mendukung keberadaan *company profile* Perusahaan Plastik Ada ini, perusahaan ini menyediakan budget sebesar Rp.35.353.000,-.

3.5.1. *Budget media*

Media	Keterangan	Perincian	Harga
<i>Company profile</i>	500 eksemplar	500x33halamanxRp.200,-	Rp.3.300.000,-
<i>Sign age</i>	1 buah	7mx1,8mxRp.105.000,-	Rp1.323.000,-
<i>Merchandise</i>	500 biji	500xRp.5.000,-	Rp.2.500.000,-
Kalender	300 eksemplar	300xRp. 2.000,-	Rp.600.000,-
Brosur	1050000 lembar	1050000x2(2sisi)xRp10,-	Rp.21.000.000,-
Kartu nama	6 pak	6xRp35.000,-	Rp.210.000,-
Kertas surat	600 lembar	600xRp.50	Rp.300.000,-
Amplop	600 lembar	600xRp.50,-	Rp.300.000,-
Alat transportasi	1 truk	3 sisi	Rp.4.020.000,-
<i>Direct-mail injection</i>	10000 lembar	10000xRp.10,-	Rp.100.000,-
<i>Direct mail alat rumah tangga</i>	10000 lembar	10000xRp.10,-	Rp.100.000,-
Seragam	50 baju	50xRp.32.000,-	Rp.1.600.000,-
<b>Total</b>			<b>Rp.35.353.000,-</b>

Tabel 3.2.Budget

3.5.2. *Budget kreatif*

10% dari total *budget media*: 10% x Rp.35.353.000,- = Rp.3.535.300,-