

BAB IV

PROSES PERANCANGAN

4.1 Penjaringan Ide

Pada tahap awal proses perancangan poster produk buah potong, dilakukan penjaringan ide sebagai langkah dasar untuk menentukan konsep visual yang akan dikembangkan lebih lanjut. Penjaringan ide ini dilakukan dengan menggunakan metode brainstorming, yaitu teknik berpikir kreatif yang dilakukan secara bebas untuk menggali berbagai kemungkinan ide yang berkaitan dengan tema desain. Dalam brainstorming ini, penulis mencatat berbagai inspirasi dan gagasan yang muncul, baik dari pengamatan langsung terhadap tren promosi makanan sehat, referensi visual dari media sosial seperti Instagram dan Pinterest, hingga pengaruh dari poster-poster promosi produk buah yang pernah dilihat di tempat umum seperti supermarket, kampus, dan pusat kebugaran.

Beberapa ide yang muncul dalam sesi brainstorming ini antara lain adalah penggunaan foto buah potong yang tampak segar dan menggugah selera sebagai elemen visual utama, penggunaan warna-warna cerah seperti hijau limau, kuning, dan oranye untuk menciptakan kesan sehat dan menyegarkan, serta pemilihan kalimat ajakan atau slogan yang sederhana namun menarik, seperti “Sehat Itu Praktis” atau “Rasakan Segarnya Buah Setiap Hari”. Penulis juga mempertimbangkan penggunaan elemen diskon atau harga promo sebagai strategi untuk menarik perhatian konsumen secara emosional.

Selama proses penjaringan ide, penulis juga memikirkan siapa target audiens utama dari poster ini. Berdasarkan observasi, targetnya adalah masyarakat perkotaan usia muda hingga dewasa awal, yang memiliki gaya hidup aktif namun seringkali kurang memiliki waktu untuk mengonsumsi buah secara rutin. Oleh karena itu, ide-ide yang dikembangkan harus mencerminkan gaya hidup modern, praktis, dan tetap sehat.

Dari hasil brainstorming ini, penulis kemudian menyusun beberapa alternatif konsep desain awal yang nantinya akan dievaluasi lebih lanjut pada tahap berikutnya. Tahap penjaringan ide ini sangat penting karena menjadi fondasi dalam menentukan arah visual dan pesan yang ingin disampaikan dalam poster promosi produk buah potong ini.

4.2 Pengambilan Foto

Pada tahap ini, penulis melakukan proses pengambilan foto produk sebagai bahan utama dalam desain poster. Foto yang diambil digunakan untuk memperkuat tampilan visual sekaligus menyampaikan pesan kesegaran dan kepraktisan dari produk buah potong yang ingin dipromosikan.

4.2.1 Informasi Fotografi

Dalam pengambilan gambar produk buah potong, penulis menggunakan perangkat iPhone XR dengan pengaturan kamera mode otomatis. Pemilihan perangkat ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, kamera iPhone XR memiliki kualitas cukup baik

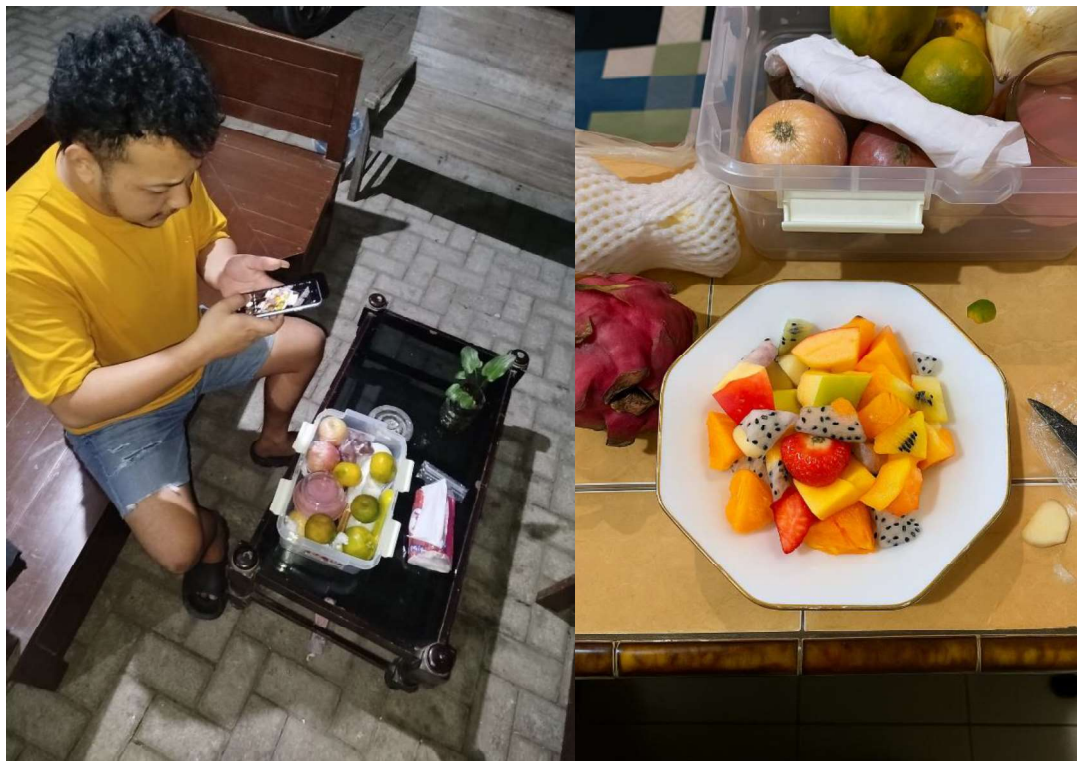
dengan kemampuan menangkap warna yang tajam dan jernih, sehingga dapat menampilkan tampilan buah yang segar dan menarik. Kedua, penggunaan mode otomatis memudahkan proses pemotretan tanpa perlu mengatur banyak detail teknis seperti ISO, exposure, dan white balance secara manual, yang bisa menyulitkan bagi fotografer pemula.

Selain itu, iPhone XR juga praktis dan mudah dibawa, sehingga pengambilan foto dapat dilakukan di mana saja tanpa perlu peralatan tambahan seperti kamera DSLR atau lighting profesional. Hal ini sangat mendukung kebutuhan produksi visual dengan keterbatasan alat namun tetap menghasilkan kualitas gambar yang cukup baik untuk kebutuhan desain poster.

4.2.2 Behind the Scenes Pemotretan

Berikut ini adalah langkah-langkah sederhana dalam proses pemotretan produk yang dilakukan oleh penulis:

1. Menyiapkan potongan buah segar dan menatanya di atas sebuah piring putih untuk menciptakan kesan bersih dan kontras warna yang kuat.
2. Meletakkan piring berisi buah potong di atas meja dengan pencahayaan alami dari jendela agar cahaya tampak lebih alami dan segar.
3. Mengambil beberapa foto menggunakan kamera iPhone XR dari berbagai sudut hingga mendapatkan hasil yang diinginkan.
4. Memilih foto terbaik dari hasil pemotretan.
5. Mengekspor foto ke laptop untuk selanjutnya digunakan dalam proses desain layout poster.



Gambar 4. Proses pengambilan foto

4.3 Layout Desain Awal

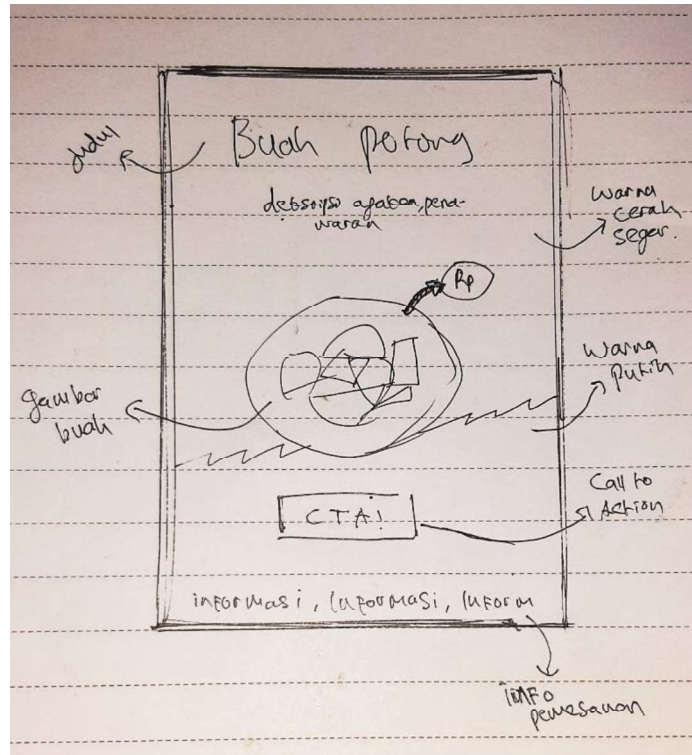
Setelah proses pengambilan foto selesai, langkah selanjutnya adalah membuat layout desain awal untuk poster produk buah potong. Layout ini merupakan rancangan awal yang menggambarkan susunan elemen visual dan teks yang akan dimasukkan ke dalam poster. Tujuannya adalah untuk melihat komposisi secara keseluruhan dan bagaimana pesan utama dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam membuat layout ini, penulis menggunakan media kertas dan bolpoint untuk pembuatan layout agar lebih fleksibel dan cepat. Layout dibuat dengan mempertimbangkan keseimbangan antara gambar produk, teks utama, dan elemen pendukung lainnya seperti harga, ajakan bertindak (CTA), serta informasi kontak.

Langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan posisi foto buah potong sebagai elemen visual utama. Foto ditempatkan di bagian tengah poster agar langsung menarik perhatian. Selanjutnya, teks judul “Buah Potong” diletakkan di bagian atas dengan ukuran besar dan tebal untuk memberikan penekanan pada nama produk. Di bawahnya, ditambahkan teks deskriptif singkat yang menjelaskan keunggulan produk, yaitu praktis dan sehat.

Penulis juga menambahkan elemen penunjang seperti bulatan harga promo (25K dicoret menjadi 15K) yang diberi warna kontras agar terlihat mencolok, serta tanda panah melengkung sebagai penunjuk visual. Warna latar hijau limau dipilih untuk menciptakan kesan segar dan alami, sementara tombol “Pesan Sekarang” diberi warna oranye agar mudah dikenali sebagai ajakan bertindak.

Layout desain awal ini masih bersifat kasar atau draft, sehingga masih terbuka untuk perbaikan dan pengembangan pada tahap berikutnya. Namun secara umum, layout awal ini sudah menggambarkan arah desain yang akan dikembangkan, baik dari segi komposisi, pemilihan warna, tipografi, maupun elemen komunikatif lainnya.



Gambar 5. Layout desain awal poster

4.4 Pengembangan Desain

Pada tahap ini, penulis mulai melakukan proses pengembangan desain dari layout awal yang telah dibuat sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah menyempurnakan tampilan visual poster agar lebih menarik secara estetika dan lebih kuat dalam menyampaikan pesan kesehatan serta keunggulan produk buah potong yang ditawarkan.

Dalam proses pengembangan desain, penulis menggunakan template bawaan dari platform Canva sebagai dasar atau base design. Pemilihan template ini dilakukan karena Canva menyediakan berbagai pilihan desain yang sudah memiliki struktur layout yang tertata rapi dan profesional, sehingga dapat membantu mempercepat proses pengerjaan sekaligus memberikan inspirasi bentuk visual yang sesuai dengan kebutuhan poster.

Pengembangan yang dilakukan dari gambar layout disesuaikan berdasarkan elemen-elemen template poster canva, dengan detail sebagai berikut:

1. Font judul poster: Anton, ukuran font 173, dengan alignment center.
2. Font deksripsi singkat dibawah judul: Lexend Deca, ukuran font 21,5 dengan alignment center.
3. Terdapat "dot element" di pojok kanan dan atas agar bagian atas tidak terasa kosong.
4. Pemilihan backround terdapat dua warna, yaitu cerah, dan warna dibawah putih
5. Terdapat foto produk di tengah sebagai titik fokus utama poster.
6. Informasi pemesanan dan alamat pemesanan di bawah poster menggunakan font Lexend Deca, ukuran font 18,7 dengan alignment center.

7. Terdapat informasi diskon yang ditunjuk oleh panah melengkung di samping foto produk.
8. Call to action dibawah foto produk, menggunakan font Lexend Deca, ukuran font 26,1 dengan alignment center. Diberikan backround teks dengan tujuan CTA lebih ter-highlight sehingga lebih mudah terlihat.



Gambar 6. Desain pengembangan poster buah potong

4.5 Evaluasi dan Revisi Pra Produksi Desain

Setelah tahap pengembangan desain selesai, penulis melakukan proses evaluasi dan revisi terhadap tampilan poster yang telah dibuat. Evaluasi ini dilakukan secara mandiri dengan meninjau kembali elemen-elemen visual yang digunakan dan menyesuaikannya dengan tujuan komunikasi serta prinsip desain yang baik. Beberapa hal dinilai perlu diperbaiki agar poster terlihat lebih menarik, seimbang, dan sesuai dengan kesan minimalis dan segar yang ingin disampaikan.

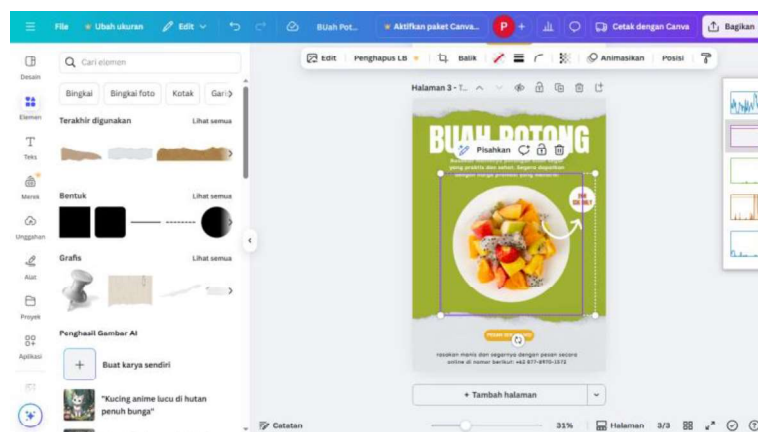
Hal pertama yang dievaluasi adalah penggunaan font “spesial” yang awalnya ditempatkan di atas judul utama. Font tersebut semula dimaksudkan untuk memberi sentuhan dekoratif agar tampilan lebih dinamis, namun setelah ditinjau kembali, keberadaannya justru dianggap mengganggu fokus terhadap judul utama poster. Oleh karena itu, elemen font tambahan di atas judul akhirnya dihapus agar desain terlihat lebih bersih dan fokus.

Selanjutnya, penulis mengevaluasi bagian bawah poster yang sebelumnya menggunakan warna latar putih dengan efek brush. Meskipun cukup terbaca, tampilan tersebut dirasa terlalu kaku dan tidak menyatu dengan kesan visual keseluruhan. Oleh karena itu, bagian ini direvisi menjadi efek robekan kertas, sehingga memberikan nuansa lebih natural dan organik, selaras dengan produk yang berbasis makanan segar dan alami.

Untuk menghindari kesan kosong di bagian bawah poster, penulis juga melakukan revisi pada informasi teks yang ditampilkan di area tersebut. Semula hanya terdapat kontak pemesanan, namun kemudian ditambahkan penjelasan yang sedikit lebih panjang terkait cara pemesanan, yaitu “rasakan manis dan segarnya dengan pesan secara online di nomor berikut: +62 877-8970-1572”. Hal ini dilakukan agar bagian bawah poster terasa lebih penuh, informatif, dan mendukung daya tarik visual secara keseluruhan.

Terakhir, elemen titik-titik dekoratif (dot element) yang sebelumnya berada di bagian atas poster dinilai kurang relevan dan tidak memberikan kontribusi yang berarti pada desain. Elemen ini kemudian diganti dengan efek robekan kertas, seperti yang digunakan pada bagian bawah, untuk menciptakan keseimbangan visual antara atas dan bawah poster. Dengan perubahan ini, desain poster terlihat lebih seragam, harmonis, dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.

Secara keseluruhan, proses evaluasi dan revisi ini memberikan penyempurnaan penting dalam tampilan poster sebelum masuk ke tahap produksi final. Revisi dilakukan tidak hanya berdasarkan estetika visual, tetapi juga pada pertimbangan komunikasi pesan dan keselarasan dengan tema gaya hidup sehat, dan konsep minimalis dan segar yang menjadi fokus utama.



Gambar 7. Proses evaluasi dan revisi poster

4.6 Konsep Elemen Visual

Poster ini memperlihatkan gambar potongan buah segar di dalam piring putih, yang diletakkan di tengah-tengah desain. Judul "BUAH POTONG" terlihat besar dan mencolok di bagian atas poster dengan warna putih tebal di atas latar hijau. Di bagian bawah terdapat teks ajakan "PESAN SEKARANG!" dan informasi kontak pemesanan. Terdapat juga elemen harga promosi yang mencantumkan angka “25K” dicoret dan diganti menjadi “15K ONLY” yang ditunjuk dengan panah melengkung. Background poster terdiri dari warna hijau limau dengan efek robekan kertas di bagian atas dan bawah.

Masing-masing elemen visual membawa makna yang lebih dalam. Foto buah potong yang berwarna-warni mencerminkan kesegaran, keberagaman rasa, dan nilai gizi yang tinggi. Warna hijau latar belakang menyimbolkan alam, kesehatan, dan kehidupan yang seimbang. Efek robekan kertas di bagian atas dan bawah poster memberikan kesan natural, organik, dan tidak kaku, seolah menggambarkan bahwa produk ini adalah sesuatu yang dekat dengan alam.

dan tidak dibuat-buat. Elemen promosi harga yang mencolok mengandung makna ajakan emosional agar konsumen tidak melewatkan kesempatan untuk hidup sehat dengan cara yang murah dan mudah. Sedangkan tombol “PESAN SEKARANG!” berwarna oranye memberi kesan mendesak dan energik, mendorong audiens untuk segera bertindak.

Dari segi penyampaian pesan, poster ini berhasil menggambarkan gaya hidup sehat yang praktis. Visual potongan buah yang sudah siap santap memperjelas bahwa produk ini adalah solusi cepat dan sederhana untuk memenuhi kebutuhan asupan gizi harian. Poster ini tidak hanya menjual produk buah potong, tetapi juga menjual ide tentang gaya hidup: bahwa menjadi sehat bisa dimulai dari kebiasaan kecil yang mudah, seperti mengonsumsi buah segar setiap hari tanpa harus repot mengupas atau memotong sendiri.

Secara keseluruhan, makna visual dari poster ini adalah ajakan kepada masyarakat, khususnya generasi muda dan aktif, untuk menjalani pola hidup sehat secara mudah dan menyenangkan. Poster menciptakan kesan yang segar, ringan, dan bersahabat, dengan pendekatan visual yang cerah namun tidak berlebihan. Desain ini cukup komunikatif dalam konteks promosi karena memadukan unsur promosi harga, visual produk, serta pesan gaya hidup dalam satu kesatuan yang sederhana namun efektif.

4.7 Desain Final

Berikut merupakan bentuk dari desain final poster produk buah potong yang telah melalui tahapan perencanaan, pengembangan, revisi, dan analisis semiotika.



Gambar 8. Hasil akhir desain poster