

BAB III

ANALISA DATA & KONSEP PERANCANGAN

Setelah melakukan identifikasi data pada penjahit luwes data-data yang telah terkumpul pada bab sebelumnya, data-data ini akan di jadikan sebuah acuan pada pembuatan konsep dan setrategi kreatif pada rebranding Penjahit Luwes.

A. ANALISA DATA

1. Segmentasi

a. Demografi

Jenis kelamin : Laki laki dan perempuan

Usia : 10 - 60 tahun

Ekonomi : Menengah

Agama : Semua agama

b. Geografis

Konsumen konsumen jasa jahit pakaian ini mayoritas dari wilayah Boyolali dan sekitarnya.

c. Psikografis

Kesimpulan dari data demografi dari Penjahit Luwes ini target audience dari perancangan rebranding Penjahit Luwes ini merupakan kalangan masyarakat menengah yang memiliki hobi fashion dengan harga yang murah dengan kualitas jahitan yang bagus dengan rentang usia 10-60 tahun.

d. Behavior

Masyarakat yang memiliki gaya hidup sederhana yang mencari barang yang berkualitas namun dengan harga yang ekonomis dan memiliki kualitas yang bagus.

2. USP (Unique Selling Proposition)

Penjahit Luwes merupakan salah satu penjahit yang ada di Boyolali yang berdiri sejak tahun 1980, Penjahit Luwes ini memiliki hasil jahitan yang bagus selayaknya pakaian boutique yang mana dalam pembuatannya mengukur satu persatu konsumen walaupun dalam pemesanan partai besar sehingga pakaian yang di pakai akan sesuai dengan badan pemesan dengan kata lain Penjahit Luwes tidak menggunakan ukuran standart pabrik small, medium, large atau sering di sebut ukuran S,M,L.

3. ESP (Emotional Selling Proposition)

Penjahit Luwes merupakan penjahit yang berada di Boyolali yang mana konsumen dari Penjahit Luwes ini didominasi oleh kalangan menengah, hal yang di dapat dari observasi ini adalah dengan pakaian yang bagus dari segi kualitas dan ukuran yang pas sesuai badan pemesan maka membuat pemakainya menjadi percaya diri didalam memakainya.

4. Positioning

Positioning dalam perancangan rebranding Penjahit Luwes ini melakukan sebuah rebranding logo Penjahit Luwes sebelumnya yang

mana logo penjahit luwes sebelumnya memiliki logo yang kurang mempresentasikan Penjahit Luwes.

Gaya visual yang di gunakan dalam pembuatan logo ini memiliki gaya visual retro, retro design ini merupakan sebuah aliran yang mengacu pada tempo dulu antara tahun 1970-1990, warna yang akan digunakan dalam redesign logo Penjahit Luwes ini memiliki warna pastel, penggunaan warna ini memiliki kesan yang lawas namun modern, Font yang digunakan pada redesign logo penjahit luwes ini menggunakan font bergaya retro yang menambah kesan lawas dari penjahit luwes yang sudah berdiri sejak tahun 1980. Rebranding logo penjahit luwes ini nantinya akan menggunakan warna yang berbeda dari logo sebelumnya yang memiliki warna hitam dan putih, Logo ini nantinya akan di aplikasikan pada sebuah media promosi berupa neon box, t-shirt, paper bag, stempel, kartu nama, buku nota, sticker, baner dan sosial media Instagram.

B. STRATEGI KREATIF

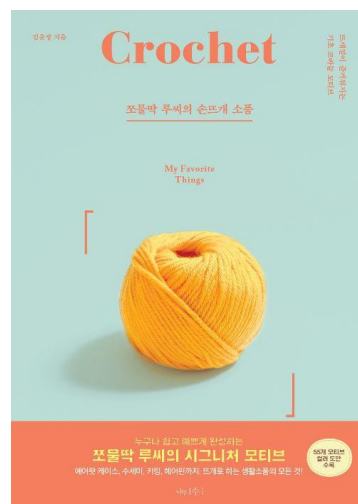
Strategi kreatif dari rebranding Penjahit Luwes ini berupa pembuatan logo baru Penjahit Luwes agar memiliki kesan yang modern namun tetap mempertahankan citra Penjahit Luwes yang lama tujuan dari rebranding logo ini sebagai media promosi penjahit luwes agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat, dengan logo baru ini diharapkan Penjahit Luwes memiliki tampilan brand yang lebih modern sehingga dapat menarik semua kalangan masyarakat.

1. Konsep estetis

a. Visual

1) Layout

Layout menurut ahli Murdifin dan Mahfud adalah tata letak (layout) merupakan salah satu keputusan strategis operasional yang turut menentukan efisiensi operasi perusahaan dalam jangka Panjang. Tata letak yang baik akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktifitas perusahaan (Murdifin dan Mahfud, 2011: 433). Layout yang digunakan dalam rebranding Penjahit Luwes ini adalah Axial Layout, layout ini memiliki ciri sebuah elemen gambar pada titik pusat di bagian tengah dan sebuah tulisan sebagai ornamen pendukung.



Gambar 14. Gambar Layout Axial Sumber (<https://pin.it/20SmBKKX>)

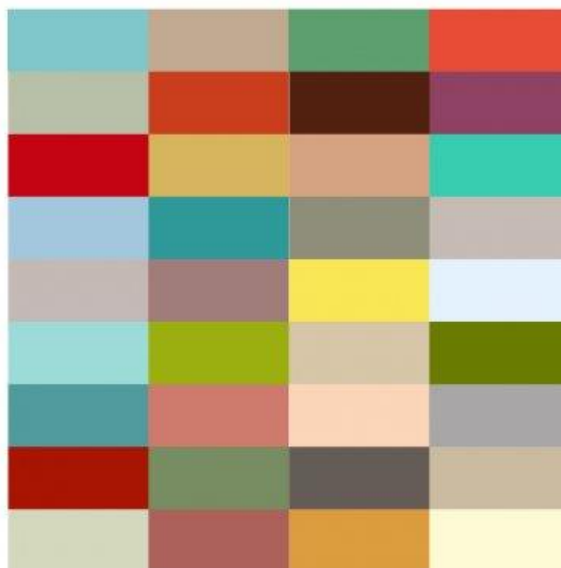
2) Warna

Warna yang digunakan dalam rebranding Penjahit Luwes ini menggunakan warna pastel, warna pastel ini memiliki karakter

warana yang pucat warna ini cocok di gunakan dalam sebuah desain logo yang memiliki gaya retro, dengan menggunakan warna pastel ini kesan yang timbul dalam logo Penjahit Luwes ini berkesan retro tetapi modern. Warna yang digunakan sebagai berikut.



Gambar 15.Pallet Warna Retro
Sumber (google.co.id)



Gambar 16.Pallet Warna Retro
Sumber (Google.co.id)

3) Tipografi

Tipografi adalah sebuah seni dalam menata huruf, pemilihan font yang tepat dalam rebranding Penjahit Luwes ini menjadi salah satu faktor penting dalam rebranding logo baru Penjahit Luwes, huruf menjadi sebuah komponen yang penting dalam pembuatan suatu logo agar kesan yang dibuat dalam logo tersebut dapat tersampaikan sehingga dapat mempresentasikan brand tersebut, font yang digunakan dalam pembuatan logo ini berbeda dengan font logo penjahit luwes sebelumnya font yang akan digunakan adalah berjenis decorative. Berikut ini merupakan font yang akan di gunakan dalam logo yang baru.



Gambar 17.Font Rertro Gradientico
Sumber (Google.co.id)



Gambar 18. Font Retro Norton
 Sumber (Google.co.id)

4) Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada rebranding Penjahit Luwes ini menggunakan gaya visual retro design yang mana dalam retro design ini mengacu pada model tempo dulu dengan penggunaan warna-warna yang pucat atau pastel, fungsi ilustrasi ini sebagai sarana untuk memperjelas tulisan ataupun pesan dalam logo Penjahit Luwes.



Gambar 19. Refrensi Logo Design
 Sumber (Google.co.id)



Gambar 20. Refrensi Logo Design
Sumber (Google.co.id)

b. Konsep verbal

1) Headline

Headline pada rebranding penjahit luwes ini berupa tulisan “Luwes” yang dibuat lebih besar dari tulisan yang lain sehingga dalam logo barunya ini nantinya tulisan yang paling menonjol yaitu tulisan “Luwes” posisi headline ini terletak di bagian tengah di bawah ilustrasi logo Penjahit Luwes.

2) Subheadline

Subheadline merupakan sebuah kalimat yang bersifat memperjelas pada tulisan headline, kalimat subheadline ini

berupa tulisan “Penjahit” yang terletak di bagian paling atas logo.

3) Bodycopy/bodytext

Bodycopy pada rebranding Penjahit Luwes ini berupa text produk apa saja yang diproduksi oleh Penjahit Luwes contohnya “baju beskap, blazer, kemeja, celana”. Bodycopy ini bersifat memberikan informasi yang lebih detail dari subheadline.

4) Slogan/tagline

Slogan merupakan sebuah kata-kata yang menunjukkan kualitas dari produk yang dijual agar lebih menarik, Penjahit Luwes sendiri sudah memiliki slogan yaitu “Top in fashion” yang nantinya akan dipakai dalam konsep rebranding Penjahit Luwes.

5) Baseline

Baseline merupakan tulisan penutup yang deletakkan dibagian paling bawah, Baseline pada rebranding Penjahit Luwes ini berisi informasi tentang perusahaan diantaranya, “nomor telepon, alamat perusahaan dan sosial media perusahaan”.

2. Konsep teknis

Proses rebranding Penjahit Luwes yang akan dilakukan nantinya menggunakan tehnik digital dengan menggunakan software maka dari itu penggunaan hardware sangat diperlukan, hardware dan software yang digunakan seperti berikut.

a. Toshiba Tecra R840 laptop



Gambar 21.Laptop toshiba tecra R840
Sumber (Google.co.id)

Laptop merupakan hal yang penting dalam proses rebranding Penjahit Luwes Boyolali laptop digunakan dalam proses mendesain dengan menggunakan software yang mendukung unuk proses desain.

b. Software Coreldraw 2019



Gambar 22.Logo Coreldraw 2019
Sumber (Google.co.id)

Penggunaan software Coreldraw dalam rebranding Penjahit Luwes ini sangat dibutuhkan dalam proses mendesain logo, layout dan editing, Coreldraw ini merupakan software yang memiliki grafik

vector yang mana vector ini memiliki kelebihan gambar tidak akan rusak/ pecah ketika dizoom.

c. Software Photoshop CS6



Gambar 23. Logo Photoshop cs6
Sumber (Google.co.id)

Software Phtoshop ini di gunakan untuk proses editing mockup logo yang sudah di buta dan di terapkan pada sebuah media.

3. Media plan

Media plan merupakan sebuah hal yang penting dalam proses rebranding penjahit luwes, nantinya media plan yang akan digunakan sebagai berikut :

a. Neon box

Name store berupa neon box nantinya akan di pasang di depan kios Penjahit Luwes, neon box ini akan di jadikan sebuah media utama dari proses rebranding ini karena sebuah name store merupakan hal yang penting dengan adanya name store orang akan mengetahui tempat perusahaan tersebut.

b. T-shirt

Rebranding Penjahit Luwes ini menggunakan t-shirt sebagai seragam sekaligus dijadikan sebuah identitas dari Penjahit Luwes.

c. Paper bag

Paper bag digunakan sebagai kemasan primer dalam rebranding Penjahit Luwes ini kemasan ini berguna untuk wadah pakaian yang sudah jadi dan diserahkan ke konsumen.

d. Stempel

Penggunaan Stempel pada rebranding Penjahit Luwes ini digunakan dalam sebuah transaksi maupun pengesahan dalam sebuah nota pembayaran.

e. Kartu nama

Fungsi kartu nama dalam rebranding Penjahit Luwes ini berguna sebagai pengenalan data Penjahit Luwes yang berisi, nama perusahaan, alamat, nomor telepon dan akun sosial media.

f. Buku nota

Nota ini memiliki fungsi sebagai tanda pembayaran, nota juga dijadikan sebagai tanda bukti untuk pengambilan barang yang sudah jadi.

g. Sticker

Sticker merupakan sebuah media cetak yang dapat di aplikasikan dalam semua media dengan cara ditempel, dengan

adanya sticker ini konsumen yang sudah mengambil pakain jadinya akan diberikan sticker.

h. Baner

Baner yang digunakan berjenis roll baner yang nantinya akan di aplikasikan didalam ruangan, baner ini nantinya berisikan sebuah informasi berupa apa saja yang diproduksi di Penjahit Luwes.

i. Sosial media

Sosial media berupa Instagram yang mana Instagram ini merupakan salahsatu sosial media yang memiliki pengguna yang cukup banyak sehingga Instagram cukup efektif sebagai media promosi secara online.