

BAB III

ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Kirah Interior merupakan perusahaan local yang berfokus di bidang jasa desain interior namun memiliki beberapa kekurangan di bidang pemasaran dan pengembangan. Dengan adanya perancangan Website sebagai media promosi akan sangat bermanfaat untuk pemasaran dan pengembangan kirah interior khususnya di dalam pasar online.

Dengan adanya konsep flat desain perancangan user interface website akan di tampilkan dengan kemasan yang simple dan tetap memperhatikan estetika desain. Zaman sekarang order maupun melihat katalog dapat di akses dimana saja dan kapan saja, diharapkan kirah interior dengan adanya user interface website akan mempermudah pelanggan untuk mengakses, memesan dan konsultasi menggunakan website dan dengan adanya website pelanggan dapat melihat hasil karya desain sebagai referensi dan dapat melakukan konsultasi secara online tanpa harus bertatap muka.

Bab ini berisi konsep perancangan karya, Identifikasi Data, hasil survey/ observasi yang telah terkumpul mengenai perancangan *user interface website* sebagai media promosi Kirah interior. Analisa Data yang terdiri dari Segmentasi, Unit Selling Proposition (USP), Positioning, Strategi Kreatif berisi tentang konsep perencanaan konsep desain website.

Bab ini nantinya berfungsi sebagai informasi data analisa karya yang akan atau sudah dirancang di bab empat.

A. Segmentasi

Segmentasi merupakan pembagian kelompok pembeli yang memiliki perbedaan kebutuhan, karakteristik, ataupun perilaku yang berbeda di dalam suatu pasar tertentu. Segmentasi bisa juga diartikan sebagai pengidentifikasian analisis perbedaan para pembeli di pasar. Dasar segmentasi Kirah Interior berdasarkan pada konsumen pasar sebagai berikut:

a. Demografi

- 1) Usia : 20 – 50 tahun
- 2) Jenis kelamin : Laki – laki dan perempuan
- 3) Agama : Semua agama
- 4) Ekonomi : Menengah keatas
- 5) Pendidikan : Semua

b. Geografi

Surakarta dan sekitarnya

c. Psikografi

- 1) Konsumen yang menyukai keindahan desain interior.
- 2) Seorang yang membutuhkan desain interior.
- 3) Seseorang yang menyukai kenyamanan dalam sebuah ruangan
- 4) Seorang yang menyukai produk berkualitas dengan harga yang terjangkau

d. Behavior (Perilaku atau Gaya Hidup)

Konsumen yang cenderung mengikuti tren desain interior dan membutuhkan prabot-prabot agar ruangan yang digunakan dapat membuat konsumen nyaman dan konsumen yang biasanya membutuhkan prabot atau furniture untuk kebutuhan usaha baru atau renovasi perusahaan. Konsumen dari kalangan rumah tangga akan membutuhkan produk interior yang diinginkan sesuai trend dan dapat memperindah hunian seperti kitchenset, kamarset, dan ruang keluarga.

B. USP (Unique, Selling, Proposition)

USP (*Unique Selling Proposition*) merupakan strategi untuk menciptakan keunggulan dan keunikan produk ataupun jasa yang diproduksi yang tidak dimiliki produk maupun jasa sejenis yang sudah ada, sehingga produk maupun jasa tersebut mempunyai keunikan dan lebih unggul.

Kirah Interior adalah salah satu perusahaan jasa desain interior yang memproduksi Kitchenset, Kamarset, Etalase, Ruangset, Interior kantor, Almari, Interior butik, perbedaan yang menonjol pada kirah interior yaitu penggunaan tema atau karakter yang unik dengan ciri khas, rapi, bersih, dan memiliki garansi pemakaian selama 1-2 bulan. Dengan harga yang cenderung terjangkau cocok untuk masyarakat menengah dengan kualitas penggunaan bahan kayu yang tebal dan kuat serta jangka pengerjaan produk yang relative cepat dan rapi.

C. ESP (Emotional Selling Proposition)

Emotional Selling Proposition mendorong konsumen untuk berpikir tentang bagaimana perasaan mereka atau situasi emosi mereka ketika melihat produk yang ditawarkan. Konsumen sebagai poin penjualan yang berarti emosi konsumen mempengaruhi keputusan konsumen, untuk akhirnya membeli produk tersebut. Perasaan emosional konsumen juga dapat menimbulkan sebuah pendapat mengenai produk yang akan dibeli nantinya. *Emotional selling Proposition* biasanya berupa sebuah kalimat yang mudah diingat dan langsung mengenai perasaan konsumen, dan akan menimbulkan rasa untuk membelinya. ESP yang akan digunakan pada kirah interior adalah “Inovatif ide, berkualitas dan harga terjangkau” karena produk kirah berbeda dengan produk atau jasa lainnya, dengan tujuan agar ketika konsumen membacanya maka emosi perasaannya akan tertarik dan memutuskan untuk membeli atau membuat produk tersebut karena selain dapat menghemat biaya juga mendapat kepuasan dengan keunikan produk yang berkualitas.

D. Positioning

Positioning merupakan bagian yang utama, produsen dapat mengetahui positioning produknya berdasarkan sudut pandang konsumen melalui persepsi yang diberikan konsumen, atau dengan kata lain konsumen merekomendasikan kepada orang lain produk atau jasa yang ditawarkan. Secara definisi Positioning adalah strategi bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan bertahan dalam benak konsumen, walaupun banyak produk dan jasa yang sejenis yang

dikeluarkan oleh beberapa competitor namun konsumen tetap mengingat produk atau jasa yang ditawarkan.

Positioning yang akan dilakukan dalam perancangan user interface kirah interior yaitu dengan gaya visual flat desain. Flat desain berarti desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur, berfokus pada tipografi, dan warna-warna cerah Penerapan pada desain web kirah interior adalah dengan menggunakan layout yang sederhana, penggunaan warna yang berani, ilustrasi foto yang menarik dan jelas serta penggunaan font jenis san-serif sehingga mudah untuk dipahami.

E. Strategi Kreatif

Strategi Kreatif bertujuan untuk menciptakan iklan sebagai senjata pemasaran yang efektif. Pada desain website harus menampilkan visual yang menarik dan mempresentasikan karakter perusahaan, visual yang baik juga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen pada produk yang ditawarkan. Pembuatan user interface website harus memperhatikan unsur-unsur website. Yaitu: karakter desain harus menarik dan visualisasi produk maupun perusahaan yang ditampilkan harus sesuai dengan karakteristik produk maupun perusahaan agar informasi yang ingin disampaikan kepada konsumen dapat tersampaikan dengan baik. Pemilihan warna harus di sesuaikan dengan produk yang ditampilkan, teks (keterbacaan) harus jelas Visual desain harus harmonis,

pemilihan layout yang simple, menu navigasi yang mudah dimengerti.
(Wawanlt, 2010: www.satudigit.com)

1. Layout (tata letak)

Perencanaan desain yang baik selain berdasarkan pada kematangan konsep juga tidak lepas dari perencanaan tata letak atau layout. Perancangan desain yang baik selain berdasarkan pada kematangan konsep juga tidak dapat lepas dari perencanaan tata letak atau layout. Dalam pembuatan layout akan menggunakan gaya flat desain dengan desain layout yang bersih dimana tidak menggunakan unsur yang kompleks seperti bayangan, bavel, texture, emboss, gaya mengkilap, berfokus pada tipografi, ilustrasi dua dimensi dan penggunaan warna yang cerah.

Layout merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dan lain-lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, dan menarik (Hendratman, 2010: 85). Format layout yang akan digunakan pada website Kirah interior adalah format layout horizontal.

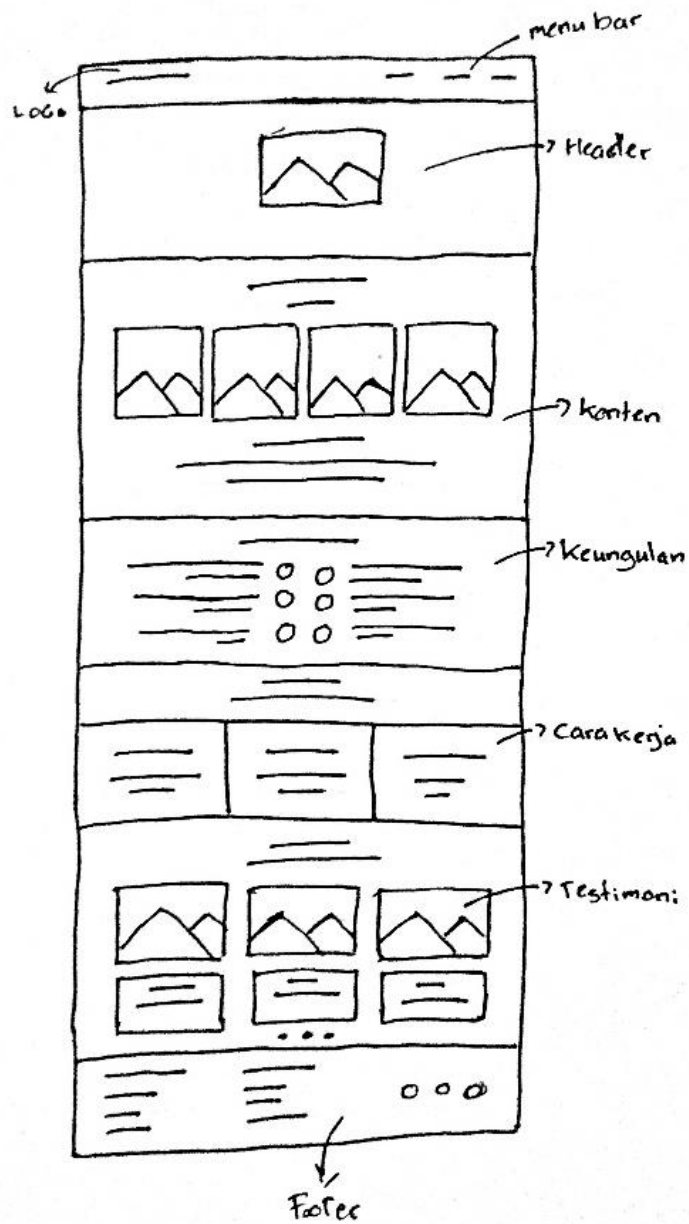


Gambar 4: Contoh layout format horizontal
(Hendratman, 2010: 86)

Komponen dan prinsip desain yang digunakan dalam desain grafis di atas juga diterapkan dalam menyusun desain sebuah website. Desain website sama halnya dengan perwujudan visual desain grafis, hanya saja desain website dibuat lebih rumit dengan melibatkan komponen software yang lebih kompleks, karena desain website dilengkapi dengan animasi atau gambar gerak. Karya seni desain website hanya bisa dinikmati secara digital karena hanya tersedia di dunia ‘maya’. Sesuai namanya, hasil akhirnya tentunya adalah sebuah website.

a. Layout Gagasan (idea layout)

Layout gagasan adalah tahap awal dalam menyusun tata letak yang akan digunakan untuk pengembangan layout selanjutnya. Berikut sketsa mengenai layout gagasan dalam perancangan web Kirah Interior.



Gambar 5: Layout Gagasan
(Sketsa: Surya, 2021)

2. Warna

Warna adalah salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain (Sulasmi Darma Prawira, 1989: 4). Warna yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah warna-warna flat desain, Penerapannya pun secara konsisten pada sebuah objek.berikut adalah warna-warna yang akan digunakan.



Gambar 6 : Pallet Warna Flat Desain
(Sumber: <https://htmlcolorcodes.com/flat-design-color-chart>, 2021)

3. Typografi

Tipografi adalah sebuah teknik seni mengatur huruf dan teks dalam suatu ruang yang tersedia sehingga dapat menciptakan visual yang menarik sehingga enak dilihat dan dibaca oleh orang. Memilih jenis font perlu dipertimbangkan dengan baik, Pemilihan jenis font dan bentuk perlu dipertimbangkan dengan baik karena setiap desain font memiliki gaya, unsur dan karakteristik tersendiri, sedangkan font adalah desain grafis yang

diterapkan ke kumpulan angka, simbol, dan karakter. Pertimbangan ini berdasarkan fungsi serta penampilan dari segi visual serta tujuan media promosi yang dibuat.

Tipografi yang digunakan dalam desain web Kirah Interior adalah font jenis san serif. San serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki kait pada bagian ujung *strokes*. Font san serif yang digunakan untuk desain web kirah interior adalah Alte Haas Grotesk dan Glacial Indifference

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Contoh font Alte Haas Grotesk
(Sumber: www.1001fonts.com, 2021)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Contoh font Glacial Indifference
(Sumber: www.1001fonts.com, 2021)

Font Alte Haas Grotesk akan digunakan pada tulisan judul yang berada di layout bagian header pada setiap halaman beranda, content serta informasi penting untuk mempertegas tulisan. Font Glacial Indifference akan digunakan pada tulisan keterangan, sub judul dan tulisan yang berada di layout footer. Pemilihan kedua font ini dikarenakan kedua font ini adalah

jenis sans serif yang memiliki tingkat readability (keterbacaan) yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis font lainnya. serta memberikan kesan formal dan kasual. Mata manusia tidak bisa membaca huruf yang terlalu kecil juga huruf yang terlalu besar. Ukuran ideal untuk body text antara 10-12px, untuk judul dan elemen lain disesuaikan dengan bidang layout atau tata letak.

4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah hasil visualisasi dari tulisan dengan teknik, lukisan, fotografi, drawing, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud dari pada bentuk. Sebuah ilustrasi memiliki empat fungsi sebagai berikut:

- 1) Fungsi deskriptif, yaitu menggantikan uraian tentang sesuatu secara verbal dan naratif dengan menggunakan kalimat yang panjang. Uraian verbal dan naratif tersebut tidak efisien karena memerlukan ruang yang cukup banyak dan kurang efektif karena menyita perhatian pembaca pada bagian itu saja.
- 2) Fungsi ekspresif, yaitu memperlihatkan dan menyatakan sesuatu gagasan, perasaan, maksud, situasi maupun konsep yang abstrak menjadi nyata sehingga mudah dipahami.
- 3) Fungsi Analitis, yaitu menjelaskan secara detail kalimat atau tulisan sebuah cerita atau konsep bacaan.

- 4) Fungsi kualitatif, yaitu menunjukkan data- data statistik berupa grafik, diagram, tabel, foto untuk mempermudah pembaca dalam mencarmati data

Ilustrasi yang digunakan di dalam user interface desain web kirah interior adalah ilustrasi dalam bentuk flat desain yang mengilustrasikan cara kerja kirah interior. Berikut adalah contoh ilustrasi flat desain.



Gambar 7 : Ilustrasi Flat Desain
(sumber : www.pinterest.com, 2021)



Gambar 8 : Ilustrasi Flat Desain
(sumber : www.Freepik.com, 2021)

a. Logo

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, Negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual, seperti ciri khas berupa warna dan bentuk



Gambar 9 : Gambar logo Kirah Interior
(Desain: Yoga, 2016)

5. Konsep Teknis

Konsep teknis ini meliputi dua tahapan, yaitu manual dan pengolahan dengan komputer.

1. Manual

Perancangan grafis dengan menggunakan keterampilan tangan dan alat-alat gambar (non mesin), meliputi pembuatan sketsa ilustrasi/gambar dengan menggunakan drawing pen.

2. Pengolahan dengan komputer

Setelah sketsa gambar selesai dibuat, gambar itu di scan menggunakan scanner, kemudian diolah menggunakan komputer. Tahap ini meliputi penyusunan layout, penentuan warna, memasukkan teks (tipografi) dan ilustrasi, serta menambahkan efek-efek khusus pada desain yang dibuat. Program komputer grafik (software) yang digunakan dalam melakukan pengolahan ini adalah Adobe Photoshop dan Corel Draw. Adobe Photoshop yang digunakan adalah edisi CC 2019, untuk mengedit foto hasil kamera. Corel Draw edisi X8 digunakan untuk membuat skala dan penyusunan tata letak.

6. Media Plan

Media/sarana digunakan untuk mempromosikan web Kirah Interior kepada masyarakat dengan tujuan agar ada aksi yang diambil seperti membeli produk lewat web atau hanya sekadar mengunjungi. Beberapa media yang digunakan antara lain:

1. Poster

Poster adalah desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar atau kecil. Aplikasinya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian. Desain poster akan berlatar Hitam dengan sedikit objek.

2. Kartu nama

Kartu nama dipilih sebagai media promosi pendukung Kirah Interior karena memungkinkan kartu nama akan selalu diberikan pada masyarakat luas. Selain sebagai tanda pengenalan diharapkan juga akan menjadi identitas kedua setelah logo.

3. Buku Notebook

Notebook dipilih sebagai media promosi pendukung kirah interior karena memungkinkan Notebook akan selalu diberikan pada konsumen kirah interior. Notebook adalah buku yang sering kali digunakan untuk keperluan seperti mencatat catatan. Desain Notebook akan berlatar Hitam dengan sedikit objek berupa logo.

4. Botol minum

Botol minum dipilih sebagai media promosi pendukung kirah interior karena botol minum memungkinkan untuk digunakan dan dibawa konsumen. Sehingga secara tidak langsung akan menjadi media promosi untuk kirah interior. Desain pada botol minum berupa logo.

5. Roll Banner

Banner adalah salah satu media promosi yang dicetak dengan print digital yang umumnya berbentuk vertikal. Banner merupakan bentuk penyederhanaan dari baliho. Desain banner akan berisi mockup dari web Kirah Interior.