

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Sempol merupakan makanan ringan yang termasuk dalam makanan kering karena dalam pengolahannya digoreng. Pada proses penyajiannya memerlukan kemasan agar tidak terkena minyak dan juga agar mudah untuk dibawa. Setelah digoreng biasanya sempol menyisakan minyak walaupun sudah ditiriskan. Selama ini Sempol Lunglay menggunakan kemasan berupa mika bening yang kurang cocok dengan sempol lunglay yang disajikan dalam kondisi panas setelah digoreng, mika menimbulkan efek mengembun akibat uap dari panas sempol setelah digoreng yang menyebabkan sempol menjadi basah terkena uapnya. Kemasan yang sesuai dengan tekstur sempol akan membuat sempol lebih menarik bagi konsumen dan juga sesuai dengan kegunaannya. Sempol Lunglay saat ini sudah memiliki pelanggan tetap sehingga daya jualnya sudah termasuk tinggi. Yang membuat Sempol Lunglay berbeda dengan sempol lain adalah saosnya yang diolah kembali oleh ownernya tidak hanya saos biasa dari toko/pabrik. Oleh sebab itu Sempol Lunglay membutuhkan media promosi yang lebih baik lagi untuk meningkatkan daya tarik atau minat untuk para konsumennya.

A. Analisa Data

1. Segmentasi

Pemasaran merupakan salah satu masalah yang harus dihadapi bila ingin meningkatkan volume penyebaran atau penjualan suatu

produk, sehingga tidak menutup kemungkinan produk yang berupa makanan. Karena begitu banyak pesaing yang berlomba-lomba menawarkan produk serupa atau yang sejenis kepada konsumen belakangan ini, untuk menunjukkan jumlah penawaran yang sudah ada, maka timbullah persaingan yang semakin ketat. Maka sangat penting untuk mengetahui segmentasi dari target market yang akan dicapai oleh Sempol Lunglay, yaitu :

- Geografis

Daerah yang menjadi sasaran produk Sempol Lunglay yaitu daerah Karangpandan, Matesih dan Karanganyar.

- Demografis

Demografis Sempol Lunglay digolongkan sebagai berikut:

- Umur : 12 - 25 tahun
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Latar Belakang Pendidikan : Semua latar pendidikan
- Sosial Ekonomi : Menengah kebawah

- Psikografis

Target market menurut psikografis adalah orang-orang yang menginginkan jajanan atau camilan yang enak, berkualitas dan dengan harga yang terjangkau.

- Behaviour
 - Manfaat yang dicari makanan ringan atau jajanan yang enak, murah dan berkualitas.
 - Status Kesetian : Berkala
 - Status Pemakai : Pelanggan tetap dan tidak tetap
 - Kesempatan penggunaan : Pada setiap waktu

B. Unique Selling Proposition

Unique Selling Proposition merupakan strategi untuk menciptakan keunikan dan keunggulan produk ataupun jasa yang diproduksi yang tidak dimiliki produk maupun jasa sejenis yang sudah ada. Sempol Lunglay memiliki berbagai keunggulan dan keunikan bila dibandingkan dengan para pesaing lain yang mulai menjamur di Karangpandan, selain dari bentuk olahan sempol yang berbeda yaitu dengan membentuk sempol berbeda dengan yang lain, dari segi bentuk umumnya sempol berbentuk seperti paha ayam yang dililitkan pada sebuah tusuk namun Sempol Lunglay berbentuk pipih dan tidak menggunakan tusuk pada setiap biji sempol, tusuk hanya diberikan satu dalam setiap transaksi dan tak lupa Sempol Lunglay memiliki saos yang khas yang tidak dijumpai di tempat lain, untuk harga juga Sempol Lunglay memberikan harga yang sesuai dan sangat terjangkau, tak lupa untuk urusan rasa juga bersaing dengan produk yang lainnya.

C. Emotional Selling Proposition

Merupakan strategi yang diterapkan para pengusaha untuk menghubungkan brand dengan emosi, selain keunikan produk dan harga emotional branding yang diterapkan juga mampu membedakan merk anda dengan competitor. Bahkan menarik konsumen dengan pendekatan ini dianggap lebih efektif dibandingkan dengan harga yang relatif murah. Strategi ini dilakukan dengan berusaha menargetkan aspek emosional konsumen dan mengaitkan merek dengan mereka. Pendekatan pemasaran dipersonalisasi sehingga mampu membentuk ikatan yang cukup kuat dan membangun koneksi secara pribadi dengan konsumen. Emotional Selling Proposition yang dibentuk Sempol Lunglay adalah kepada konsumen yang menyukai rasa pedas dan tekstur kenyal dalam setiap olahannya sehingga membuat konsumen yang menikmatinya akan datang lagi untuk menikmatinya. Sempol Lunglay juga memiliki saos yang berbeda dari produk lainya dan juga owner memilih karyawan yang berpenampilan menarik. Sehingga membuat para konsumen memiliki perasaan emosi yang kuat dengan produk maupun dengan penjualnya.

D. Positioning

Positioning adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk atau merek, perusahaan, individu atau apa saja dalam alam pikir mereka yang dianggap sasaran atau konsumennya (Kasalli, 1992:157). Perancangan desain kemasan sebagai media promosi agar dapat selalu diingat

dibenak para konsumen ini terdapat pada desain kemasan. Perancangan desain kemasannya menggunakan karakter gaya flat design dengan gaya yang minimalis dan pemilihan warna yang cerah yang nyaman untuk dipandang oleh para konsumen. Kemasan Sempol Lunglay yang hanya menggunakan mika bening terlihat biasa dan terlihat uap akibat panas yang ditimbulkan dari sempol yang habis digoreng. Berbeda dengan desain kemasan yang sekarang lebih berguna secara fungsi maupun penampilanya.

E. Strategi Kreatif

Merancang desain kemasan utama dan juga menggunakan media pendukung lainnya seperti merchandise ataupun lainnya tentu memerlukan konsep kreatif yang lebih dapat menarik minat konsumen. Strategi yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Menggunakan warna yang tepat
- Memilih bentuk kemasan yang sesuai dengan produk dan juga dibuat sesederhana mungkin agar mudah dimengerti oleh konsumen.
- Gaya desain perancangan desain kemasan ini menggunakan gaya flat desain dengan pemilihan warna yang cerah agar mudah diingat oleh konsumen.

F. Konsep Estetis

Dengan tujuan untuk mencapai mutu daya tarik konsumen secara optimal diperlukan adanya konsep estetis dan strategi kreatif yang sesuai

dengan target audience. Berikut uraian mengenai konsep estetis yang digunakan pada perancangan ini :

- Layout

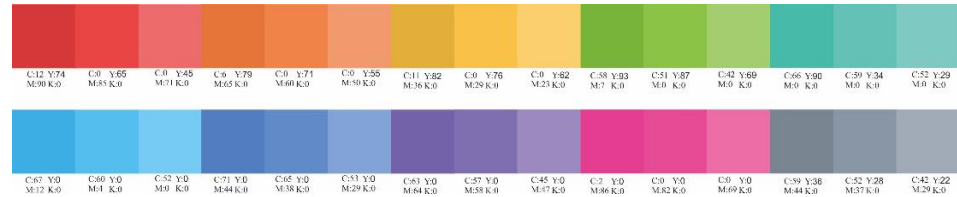
Layout yang digunakan dalam desain kemasan ini adalah aksial layout yang memiliki tampilan visual yang kuat ditengah halaman, dengan tampilan elemen pendukung disekitar gambar utama.



Gambar 5. Contoh layout poster flat desain (freepik.com, 2020)

- Warna

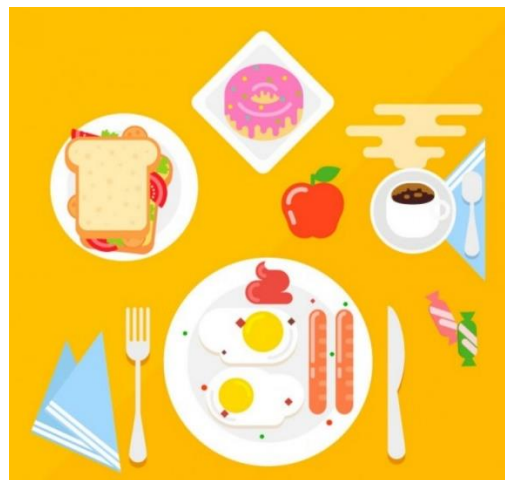
Pemilihan warna merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam menentukan respon konsumen. Warna yang digunakan dalam desain kemasan ini adalah warna yang flat yaitu warna – warna yang tidak terlalu cerah dan juga tidak terlalu gelap, agar mudah dimengerti dan lebih menarik tentunya.



Gambar 6. Contoh pallet warna flat Desain (Pinterest, 2020)

- Ilustrasi

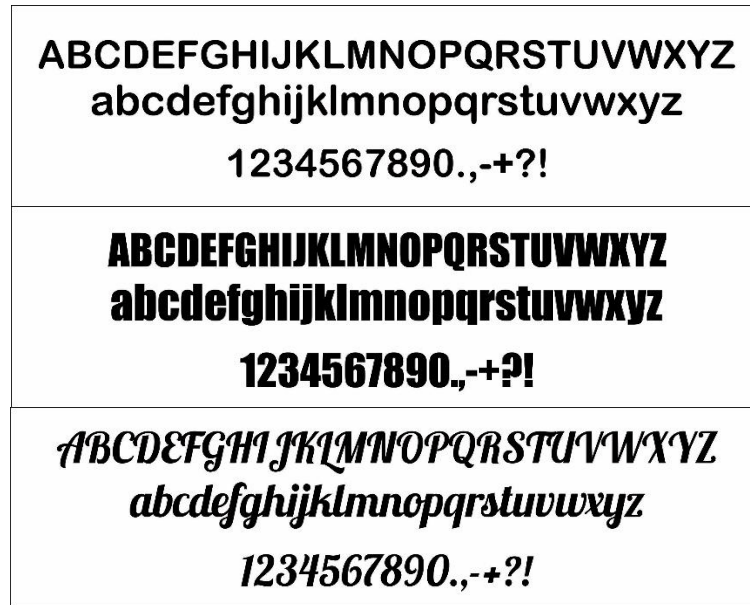
Ilustrasi merupakan sebuah media untuk mengkomunikasikan sebuah produk, ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang simple dan sederhana dibuat agar lebih fokus terhadap pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 7. Contoh ilustrasi flat desain (freepik.com 2020)

- Typografi

Typografi yang digunakan dalam desain kemasan ini adalah font-font yang mudah dibaca contohnya dekoratif dan juga font arial rounded.



Gambar 8. Contoh Font yang digunakan (Mulyo Riyanto 2020)

G. Strategi Verbal

Perancangan desain kemasan ini juga menggunakan unsur verbal, berikut unsur verbal yang digunakan :

- Judul/Headline

Headline yang dipakai pada material iklan ini adalah suatu kalimat atau nama perusahaan yaitu **Sempol Lunglay**.

- Slogan

Slogan adalah suatu rangkaian kata atau kalimat pendek yang mempunyai arti dan bunyi yang menarik agar mudah diingat. Slogan yang terdapat pada Sempol Lunglay adalah **Spesial Sempol Geol**.

H. Konsep Teknis

Perancangan desain kemasan ini membutuhkan alat sebagai sarana untuk membuat skets maupun desainya, dalam proses pengerjaannya desain kemasan ini dikerjakan dengan menggunakan proses manual dan digital.

Perancangan desain kemasan menggunakan alat sebagai berikut :

- Laptop (Lenovo G405, AMD A8, RAM 2GB, Hardisk 500GB)
- Coreldraw X8
- Pensil (2b)
- Kertas HVS (A4)

I. Media Plan

1. Poster

Poster adalah sebuah media publikasi berisikan beberapa konten yang terdiri dari gambar, tulisan atau. Desain yang terdapat pada poster adalah jenis makanan ilustrasi dan juga logo.

2. Banner

Banner adalah sebuah media publikasi atau promosi yang dicetak dengan print digital dengan berbagai ukuran dan bentuk seperti portrait atau vertikal. Desain yang terdapat pada banner adalah tentang informasi produk.

3. Sticker

Sticker adalah selembar kertas atau plastic dengan perekat disalah satu sisinya, pengaplikasiannya dengan cara ditempel desain pada sticker berupa informasi dan juga logo Sempol Lunglay tentunya.

4. Kaos

Kaos adalah pakaian sederhana ringan untuk menutupi tubuh bagian atas. Kaos sebagai media promosi akan di sablon logo bagaian depannya dan slogan bagian belakangnya.

5. Topi

Topi adalah jenis penutup kepala yang digunakan sebagai aksesoris, umumnya topi juga di sablon logo sebagai media promosi.

6. Mug

Mug adalah tempat minum seperti cangkir namun ukuranya lebih besar. Akan disablon logo Sempol Lunglay sebagai media promosi.

7. Daftar Menu

Daftar menu adalah sebuah daftar makanan yang dilengkapi dengan harga makanan tersebut yang digunakan sebagai informasi harga. Daftar menu akan didesain simple namun menarik dan disertai logo.

8. Kartu nama

Kartu nama adalah kartu yang berisi informasi seseorang atau perusahaan, desainya juga dilengkapi dengan logo serta informasi mengenai owner.