

## **BAB III**

### **KONSEP PERANCANGAN**

#### **A. Analisa Data**

##### **1. Segmentasi**

- **Target Market**

Guna mencapai proses membuat laporan tugas akhir Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop, Target ditentukan dengan berbagai pertimbangan sebagai berikut :

##### **(a) Demografis**

- a. Umur : 16 – 25 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki - laki
- c. Pendidikan : SMP – Perguruan Tinggi
- d. Kelas Sosial : Menengah Keatas

##### **(b) Geografis**

Mencangkup wilayah Karanganyar dan sekitarnya khususnya Gondangrejo.

##### **(c) Psikografis**

Barbershop membagi kelompok-kelompok yang berlainan menurut kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, latar belakang, dan lain-lain. Informasi demografis sangat berguna, tetapi tidak selalu menyediakan informasi yang cukup untuk membagi konsumen ke dalam segmen-segmen, sehingga diperlukan segmen berdasarkan psikografis untuk lebih memahami karakteristik konsumen.

**(d) Behavior**

Bahwa mayoritas konsumen konsumen di Barbershop atau pelanggan pelanggan tetapnya memiliki daya tarik pada jasa potong rambut di barbershop dikarenakan kebudayaan yang modern, kesosialan diantara para pria yang menyukai berbagai macam model rambut yang menjadi trend di masa kini.

**2. USP (Unique Selling Proposition)**

Om Cuppu Barbershop tempat pangkas rambut dengan barberman (Pemangkas Rambut) yang handal dan profesional, bukan hanya pintar memotong rambut sesuai gaya yang sedang trend, Para barberman juga di tuntutan lebih lues dalam berkomunikasi dengan pelanggan agar lebih nyaman saat memakai jasa potong. Hal ini di anggap menjadi daya tarik utama barbershop yang sukses. Selain itu Om Cuppu Barbershop melakukan promo pada hari hari tertentu.

**3. ESP (Emotional Selling Prepotition)**

Om Cuppu Barbershop mudah melekat di pikiran para calon pelanggan. Hal ini di karenakan calon pelanggan akan di mudahkan dengan apa yang di lakukan Om Cuppu Barbershop lakukan yakni memberikan service terbaik kepada calon pelanggan saat memakai jasa pangkas rambut. Sehingga calon pelanggan tidak perlu khawatir apabila menginginkan style rambut yang di inginkan tentu pasti bisa realisasikan . Calon pelanggan bisa memilih style yang di inginkan dan

memilih paket pangkas yang sudah di sediakan di daftar harga. Lalu Om Cuppu Barbershop dapat memulai memangkas rambut sesuai dengan permintaan calon pelanggan.

#### **4. Positioning**

Positioning dalam perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop adalah melakukan redesign pada logo Om Cuppu Barbershop sebelumnya, dengan menggunakan jenis logo Combination. Logo yang akan di buat dengan bentuk yang simpel, tidak di buat terlalu rumit. Menggunakan icon gunting, kumis, inisial huruf O C dan tulisan, yang akan di kombinasikan dalam bentuk desain yang menarik, supaya mudah di tangkap mata, mudah dikenali dan di ingat bentuknya serta tidak membosankan.

Logo yang akan di redesign menggunakan gaya visual Vintage dan Modern. Gaya visual ini tidak menggunakan bayangan pada desain sehingga tidak terlihat ramai. Menggunakan font yang memiliki kesan simpel dan menarik untuk mewakili Om Cuppu Barbershop. Logo yang akan di redesign menggunakan warna sebelumnya dari logo Om Cuppu Barbershop yaitu hitam dan putih. Penggunaan warna tersebut memberi kesan maskulin.

## **B. Strategi Kreatif**

Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop diperlukan strategi kreatif sehingga memberikan gagasan atau ide yang nantinya dapat membantu dalam proses perancangan. Maksud dan tujuan dari perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop dikialangan masyarakat. Mengingat promosi yang dilakukan oleh Om Cuppu Barbershop sendiri kurang efektif. Maka dari hal tersebut muncul gagasan untuk mendesain ulang logo dari Om Cuppu Barbershop serta media promosinya sebagai langkah dalam strategi kreatif.

### **1. Konsep Estetis**

Ide dari perancangan Om Cuppu Barbershop di Gondangrejo ini muncul di karenakan melihat konsumtif masyarakat semakin meningkat hal ini menyebabkan bisnis di bidang Barbershop juga semakin meningkat. Dalam perancangan ini penulis menggunakan konsep vintage dengan sentuhan modern dimana konsep ini di pilih agar lebih menarik pelanggan dan juga memberikan gambaran kepada masyarakat agar bisa menjadikan suatu usaha yang lebih kreatif dan inovatif.

Tema yang di pilih dalam Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop dengan mengangkat konsep vintage dengan sentuhan modern dengan menggunakan gaya visual Vintage dan modern yang selanjutnya akan di proses di tahap produksi.

### a. Visual

Jenis visual yang di gunakan dalam proses Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop Gondangrejo menggunakan konsep vintage dengan sentuhan modern dengan gaya visual Vintage dan modern yang dapat menarik pelanggan untuk menikmati suasana barbershop yang di aplikasikan di dinding.



**Gambar 3**, Contoh Gambar Visual Ruangan,  
(<https://www.indozone.id>, 2022)



**Gambar 4**, Contoh Gambar Visual tembok Barbershop,  
([https:// www.cgetsbyte.com](https://www.cgetsbyte.com), 2022)

Gambar ini di jadikan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat desain Om Cuppu Barbershop Gondangrejo karena di anggap menarik dan simpel. Hal ini bertujuan agar nantinya Om Cuppu Barbershop mudah di terima dan bisa di jadikan tempat cukur rambut yang nyaman.

#### 1) Layout

Layout yang di gunakan untuk Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop adalah Layout jenis Frame

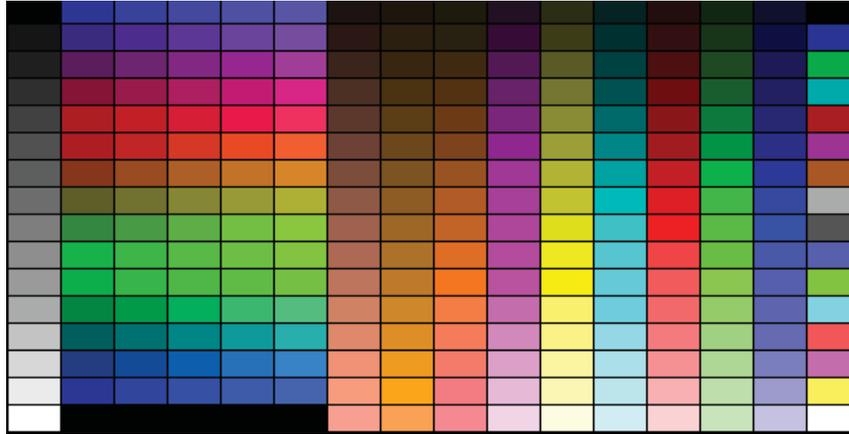
Layout, yaitu suatu tampilan dimana border/bingkai/ramanya membentuk cerita.



**Gambar 5**, Contoh Gambar Visual Poster, (<https://tr.pinterest.com> , 2022)

## 2) Warna

Warna yang di gunakan dalam perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop adalah warna – warna dasar yaitu warna hitam dan putih yang sering di pakai umumnya logo pada barbershop. Warna ini menjadi ciri khas pada logo Om Cuppu Barbershop yang memberi kesan keseimbangan, netral dan elegan.



**Gambar 6**, Contoh Gambar Visual Warna,  
(<https://www.deviantart.com/>, 2022)

### 3) Typografi

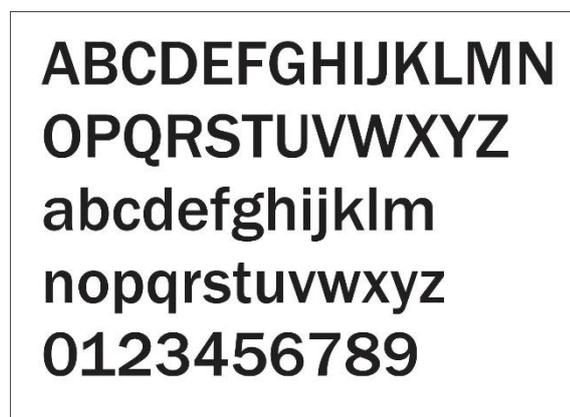
Typografi merupakan komponen yang paling sering digunakan untuk mengkomunikasikan Visual Branding. Fungsi dari typografi adalah mempertajam pesan, mengatur mood dan mempresentasikan sebuah brand dalam Perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop. Jenis font yang di gunakan adalah jenis font Retro dan San-Serif penggabungan jenis font ini memberi kesan Vintage sentuhan Modern yang minimalis, simpel dan di mudah di baca.



**Gambar 7**, Contoh Font Crochet,  
(<https://www.dafont.com/>, 2022)



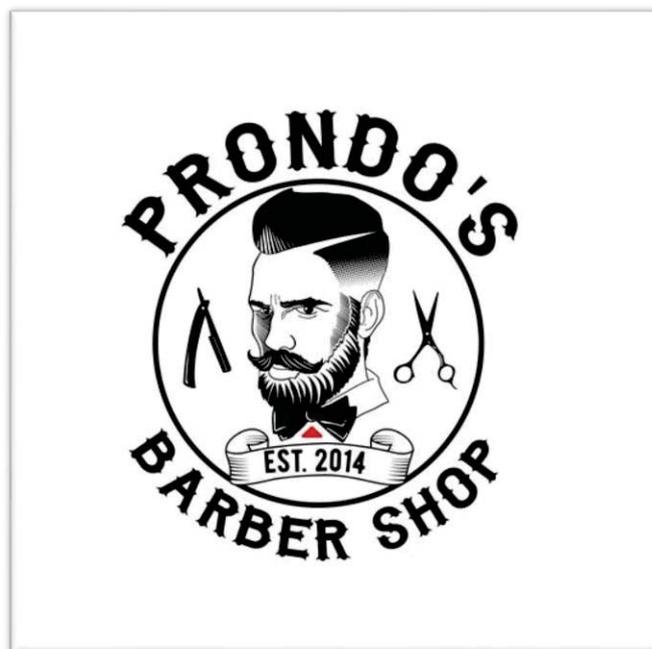
**Gambar 8**, Contoh Font Langdon,  
(<https://www.dafont.com/>, 2022)



**Gambar 9**, Contoh Font Franklin Gothic Medium,  
(<https://www.dafont.com/>, 2022)

#### 4) Ilustrasi

Ilustrasi adalah salah satu unsur tata letak dua dimensi yang memiliki maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Pada perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop menggunakan jenis Ilustrasi Vector yaitu gambar yang terbuat dari beberapa titik dan garis (poligon), kombinasi gambar jenis ini melalui proses rumus matematika khusus dalam pembuatan gambar. Setiap alur vector dapat dengan mudah ditambah atribut untuk membuat berbagai bentuk yang diinginkan. Vector juga dapat ditambahkan dan menghilangkan atribut seperti ketebalan garis, warna, warna isi dan lainnya. Berikut ini ilustrasi Vector yang digunakan pada perancangan Visual Branding Om Cuppu Barbershop.



**Gambar 10**, Contoh Gambar Visual Logo,  
(<https://id.pinterest.com>, 2022)

**b. Verbal****1) Headline**

Headline pada Visual Branding Om Cuppu Barbershop adalah kata “OM CUPPU”. Headline merupakan konsep verbal yang paling di tonjolkan karena headline akan di baca pertama kali oleh pelanggan. Biasanya menggunakan ukuran paling besar sehingga pelanggan bisa dengan mudah membacanya dari kejauhan. Hal ini dapat meningkatkan Brand Awareness masyarakat terhadap Om Cuppu Barbershop.

**2) Subheadline**

Subheadline adalah kalimat penjelas dari headline yang biasanya di tulis secara singkat. Subheadline pada Visual Branding Om Cuppu Barbershop adalah “BARBERSHOP” yang menjelaskan bahwa Om Cuppu merupakan nama salah satu Barbershop di Gondangrejo, Karanganyar.

**3) BodyCopy**

Bodycopy merupakan elemen yang paling banyak memberikan informasi terhadap topik bahasan setelah audience membaca headline dan sub judul. Bodycopy pada Visual Branding Om Cuppu Barbershop adalah keterangan menu jasa yang di tawarkan Om Cuppu Barbershop seperti aneka jasa potong rambut, semir rambut, keramas, dll.

**4) Baseline**

Baseline berisi kontak dan situs yang dapat di hubungi oleh customer untuk memperoleh informasi lebih lanjut tentang perusahaan tersebut. Baseline pada Visual Branding Om Cuppu Barbershop antara lain adalah nama akun media sosial dari Om Cuppu Barbershop, Alamat lengkap kios Om Cuppu Barbershop, nomor telepon aktif yang bisa di hubungi dan alamat email dari Om Cuppu Barbershop.

#### 5) Tagline

Tagline adalah kalimat singkat dan mudah di ingat untuk tujuan branding sebuah bisnis. Sebuah tagline yang baik akan menjelaskan suatu bisnis secara tepat. Biasanya, tagline muncul berdampingan dengan logo dan digunakan untuk membedakan bisnis Anda dengan kompetitor. Tagline yang di angkat “HAIRCARE AND STYLING”

## 2. Konsep Teknis

Perancangan desain kemasan ini membutuhkan alat sebagai sarana untuk membuat sketsa dan desain , proses ini dikerjakan dengan proses manual dan digital. Perancangan kemasan menggunakan alat sebagai berikut :

- Ketas A4

Fungsi kertas A4 di gunakan untuk media untuk menggambar sketsa.



**Gambar 11**, Kertas A4, (Muhammad Umar Ilham H, 2022)

- Pensil 2B

Fungsi pensil 2B digunakan untuk menggambar sketsa.



**Gambar 12**, Pensil 2B, (Muhammad Umar Ilham H, 2022)

- Penghapus



**Gambar 13**, Penghapus, (Muhammad Umar Ilham H, 2022)

- Penggaris

Fungsi penggaris digunakan untuk mengukur kotak sketsa.



**Gambar 14**, Penggaris, (Muhammad Umar Ilham H, 2022)

- Rautan

Digunakan untuk meruncingkan pensil.



**Gambar 15**, Rautan, (Muhammad Umar Ilham H, 2022)

- Laptop

Laptop yang digunakan adalah ASUS VIVO BOOK Max X441U yang mendukung CorelDraw X7.



**Gambar 16**, Laptop, (Muhammad Umar Ilham H, 2022)

- Mouse

Mouse yang berfungsi untuk memudahkan mengedit dan membuat desain.



**Gambar 17**, Mouse, (Muhammad Umar Ilham H, 2022)

Software yang digunakan dalam membuat desain e-book ini adalah sebagai berikut :

- CorelDRAW X7

CorelDRAW X7 digunakan untuk sebagai membuat Visual Branding Om Cuppu Barbershop.



**Gambar 18,** CorelDRAW X7, (<https://riniandri.home.blog/>, 2022)

### **C. Media Plan**

Media Plan merupakan sebuah hal yang penting dalam proses Visual Branding Om Cuppu Barbershop, nantinya media plan akan di gunakan sebagai berikut :

a) Name Box

Name Store berupa name box nantinya akan di pasang dengan cara di gantung di depan kios Om Cuppu Barbershop, neon box ini akan di jadikan sebuah media utama dari proses Visual Branding ini karena sebuah nam store merupakan hal yang penting dengan adanya name store orang akan mengetahui tempat usaha tersebut.

b) Kartu Nama

Fungsi kartu nama dalam Visual Branding Om Cuppu Barbershop ini berguna sebagai perkenalan data Om Cuppu Barbershop yang berisi , nama perusahaan, alamat, nomor telepon dan akun sosial media.

c) Nota

Nota adalah media yang digunakan sebagai bukti penerimaan sejumlah uang yang ditandatangani oleh penerima dan diserahkan kepada pembayar dan dapat digunakan sebagai bukti transaksi. Desain nota bisa berupa logo Om Cuppu Barbershop disertakan alamat dan nomer telpon atau alamat sosial media Om Cuppu Barbershop.

d) Stempel

Stempel adalah media untuk membantu kebutuhan dalam pengesahan nota atau sebagai alat bukti seperti lunas, terima kasih dll. Desain stempel bisa berkaitan dengan logo atau typografi Om Cuppu Barbershop,

e) Poster

Poster adalah karya seni desain grafis yang memuat komposisi gambaran dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan cara di tempelkan di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata.

f) Brosur

Brosur adalah salah satu media promosi yang membantu menawarkan suatu produk/jasa dengan informasi yang menarik pada masyarakat. Biasanya dalam bentuk selebaran kertas yang memuat informasi singkat tentang Om Cuppu Barbershop namun menarik perhatian.

g) Roll Up Banner

Roll Banner salah satu media promosi yang dicetak dengan print digital yang umumnya berbentuk vertikal. Desain yang terdapat di roll banner berisi tentang Om Cuppu Barbershop.

h) Sticker

Stiker merupakan media promosi yang pengaplikasiannya ditempelkan pada media atau objek apapun sebagai identitas sebuah merek agar mudah dikenali oleh target market, dan menjadi salah satu media promosi tempel. Desain Stiker berkaitan dengan logo dan Typografi dalam kemasan Om Cuppu Barbershop.

i) T-Shirt

Kaos adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu dan perut. Kaos biasanya tidak memiliki kancing maupun kerah, media kaos sebagai karya penunjang Om Cuppu Barbershop yg akan di sablon logo di bagian tertentu.

j) Celemek Atau Apron

Celemek atau Apron di gunakan untuk alasan higienis dan melindungi i pakaian dari kotoran saat memotong rambut.

k) Kain Kep

Kain kep atau kain untuk penutup badan di gunakan untuk melindungi badan agar sisa – sisa potongan rambut tidak masuk ke badan.

l) Pomade

Kegunaan pomade yaitu untuk mempertahankan tatanan rambut agar lebih tahan lama dan rapi.

m) Hair Tonic

Fungsi utama Hair Tonic adalah menguatkan akar rambut agar tidak mudah rontok dan mudah patah. Biasanya, tonik rambut jenis ini mengandung ekstrak, ginseng, atau lidah buaya yang baik untuk kesehatan kulit kepala.