

BAB III

ANALISA DATA & KONSEP PERANCANGAN

Kabupaten Ngawi memiliki banyak tempat wisata yang menarik. Mulai dari wisata alam sampai wisata sejarah dan budaya. Sejauh ini bentuk penyebaran informasi wisata Ngawi melalui mulut ke mulut dan unggahan sosial media beberapa masyarakat yang pernah berkunjung.

Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan wisata kabupaten Ngawi melalui produk kaos wisata Kabupaten Ngawi. Dengan desain yang menarik dan bahan yang nyaman digunakan, kaos wisata Ngawi akan menjadi tren dan menjadi media promosi yang lebih efisien.

Bab ini berisi konsep perancangan karya, identifikasi data, hasil survey/observasi yang telah terkumpul mengenai perancangan desain kaos sebagai media promosi tempat wisata di Kabupaten Ngawi. Analisa Data yang terdiri dari Segmentasi, *Unit Selling Proposition(USP)*, *Positioning*, Strategi Kreatif berisi tentang konsep perencanaan konsep desain kaos. Bab ini nantinya berfungsi sebagai informasi data analisa karya yang akan atau sudah dirancang di bab empat.

A. SEGMENTASI

Segmentasi adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran

pemasaran yang berbeda. Dasar segmentasi wisata Ngawi berdasarkan pada konsumen pasar sebagai berikut:

1. Demografi

- a. Umur : 17 – 25 tahun
- b. Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan
- c. Agama : semua
- d. Pendidikan : semua golongan
- a. Tingkat ekonomi : semua golongan

2. Geografi

Seluruh Indonesia

3. Psikografi

- a. Masyarakat yang menyukai kegiatan berwisata

Masyarakat yang menyukai kegiatan wisata biasanya akan meluangkan waktu di sela kesibukannya atau di hari libur menghabiskan waktu bersama orang-orang terdekat untuk bepergian atau berwisata.

- b. Masyarakat yang konsumtif

Masyarakat yang konsumtif adalah masyarakat yang mempunyai karakteristik suka berbelanja, membeli hal-hal yang membuat dirinya merasa senang, termasuk melakukan kegiatan berwisata.

- c. Masyarakat yang menyukai petualangan

Beberapa kalangan masyarakat mempunyai ketertarikan tersendiri pada hal-hal yang menantang, seperti halnya berpetualang menyambangi tempat tempat wisata untuk menambah pengalaman petualangan mereka.

4. *Behaviour*

a. Masyarakat yang menyukai fesyen

Fesyen merupakan hal yang sifatnya mutlak bagi beberapa kalangan masyarakat, hal itu berhubungan dengan identitas diri yang tertanam dalam benak masyarakat. Demi tetap merasa nyaman dan percaya diri fesyen akan sangat diperhatikan. Masyarakat yang menyukai fesyen akan selalu mempertimbangkan kelayakan sebuah produk fesyen sebelum membelinya.

b. Masyarakat yang suka cinderamata

Cinderamata merupakan sebuah tanda bagi sebagian orang bahwa mereka pernah berada di suatu tempat atau pernah mengonsumsi suatu merek. Masyarakat yang menyukai cinderamata merupakan masyarakat yang karakteristiknya adalah membutuhkan bukti untuk ditunjukkan pada orang lain dan diri sendiri setelah melakukan sesuatu yang sifatnya menyenangkan.

B. UNIQUE SELLING PROPOSITION

Sebuah produk atau jasa harus memiliki citra sendiri untuk menempati posisi di benak masyarakat, sehingga mudah dikenali, dan diingat. USP

didasarkan pada manfaat rasional dari produk atau layanan. Kaos wisata Ngawi merupakan kaos yang berisi ilustrasi pariwisata yang ada di Ngawi. Kaos tersebut berfungsi sebagai cinderamata kaos pariwisata Ngawi yang memiliki keunikan tersendiri yaitu bagian penggunaan tambahan.

Penggunaan tambahan tersebut adalah dalam desain kaos pariwisata Ngawi ada bar kotak kosong di setiap ilustrasi ikon tempat wisata yang ada, bar kotak kosong difungsikan sebagai tanda lokasi mana yang pernah dikunjungi oleh pemakai. Setelah mengunjungi salah satu tempat wisata maka pengguna kaos wisata Ngawi bisa menandai sendiri menggunakan tinta permanen. Sistem penggunaan tambahan tersebut yang ditujukan untuk merangsang jiwa petualang wisatawan.

C. ESP (EMOTIONAL SELLING PREPOSITION)

Emotional selling proposition tentunya tidak terlepas dari emosi yang terbangun ketika menggunakan sebuah produk. Untuk warga lokal, ketika memakai Kaos Wisata Ngawi diharapkan akan semakin mencintai dan bangga pada Ngawi. Sedangkan untuk warga atau wisatawan yang berasal dari luar Ngawi diharapkan dengan adanya kaos wisata Ngawi dapat menjadi pengingat saat saat mengunjungi wisata-wisata yang ada di Ngawi. Selain itu desain ilustrasi yang sedemikian rupa akan memberikan rasa percaya diri penggunanya.

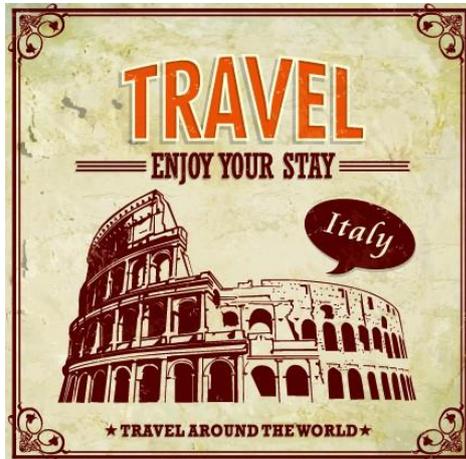
D. POSITIONING

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 yang ditawarkan. Secara definisi menurut Kotler (2014:109) *positioning* produk adalah posisi yang ditempati suatu produk di benak konsumen dibandingkan dengan produk lain. *Positioning* adalah strategi bagaimana produk yang ditawarkan bertahan dalam benak konsumen, walaupun banyak produk yang sejenis yang dikeluarkan oleh beberapa kompetitor namun konsumen tetap mengingat produk yang ditawarkan.

Desain kaos pariwisata Ngawi ini sebagai salah satu sarana promosi melalui media kaos ditampilkan dengan desain yang menggunakan gaya minimalist style retro, modern dan sedikit menggunakan font tegas yang sangat sederhana dengan tujuan memunculkan ikon-ikon tempat pariwisata agar lebih enak di pandang sehingga akan menimbulkan efek ingin memilikinya bagi para wisatawan.

Positioning yang akan dilakukan pada kaos pariwisata Ngawi ini dengan menonjolkan ilustrasi wisata-wisata yang ada di Ngawi dalam satu kesatuan *frame* dengan konsep *map* atau peta fiktif yang diberi fitur

penambahan tanda, sehingga ketika telah mengunjungi salah satu tempat wisata, pemakai kaos dapat menandai tempat wisata dalam peta ilustrasi.



Gambar 1. Contoh desain retro minimalist (Sumber: www.vektorkades.com)

E. STRATEGI KREATIF

1. Konsep Estetis

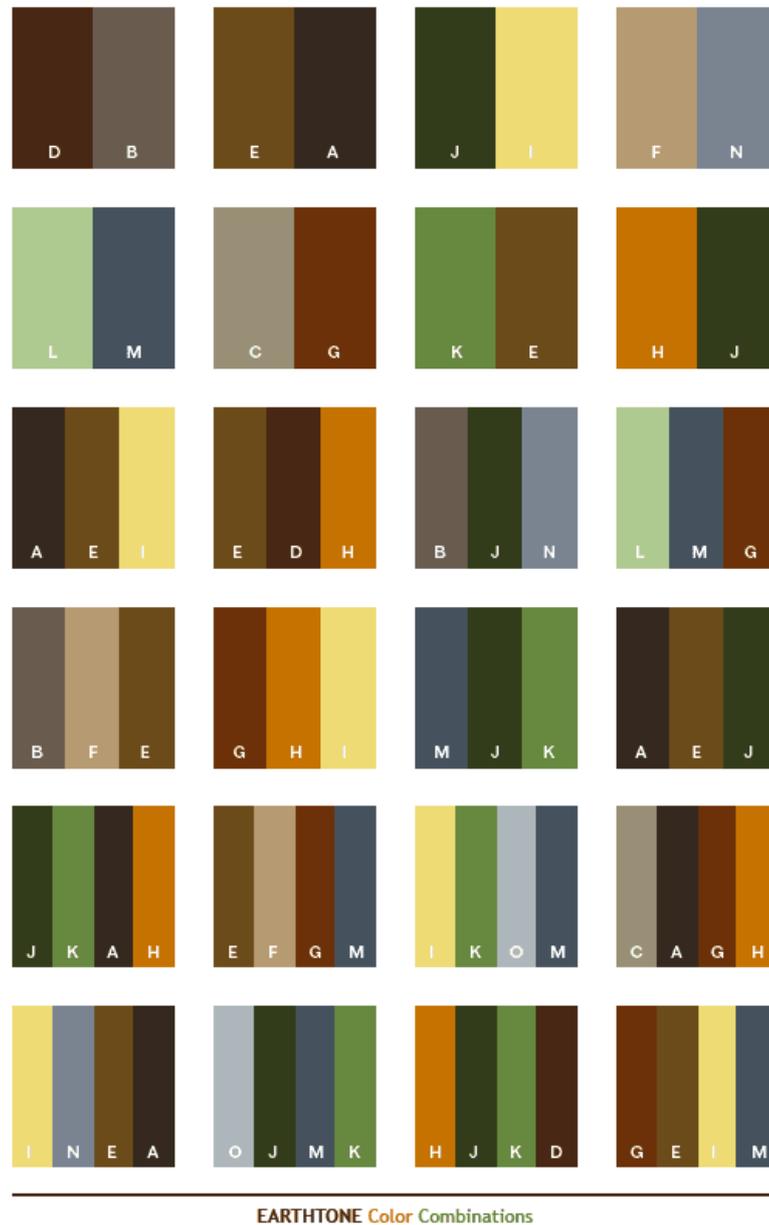
a. *Layout*

Letak ilustrasi pada media kaos berada pada *center* untuk tampak depan dan *center* pada tampak belakang. Menggunakan batasan desain berupa *outline* pada ilustrasi. *Outline* sebagai batasan desain artinya pada setiap tepi akan diikuti garis *outline* tebal dengan warna menyesuaikan. Pada prinsipnya ilustrasi pada perancangan ini tidak terlepas dari kesatuan warna, bidang, dan garis yang memiliki kesamaan jenis maupun bentuk. Keseimbangan yang digunakan pada Ilustrasi ini menggunakan keseimbangan asimetris atau mengesampingkan ukuran kanan dan kiri. Namun irama ilustrasi akan

tetap menjadi perhatian utama agar desain ilustrasi tetap menarik perhatian.

b. Warna

Warna yang akan digunakan pada perancangan ini adalah warna yang mewakili alam dan budaya. Hal tersebut didasari dari isi desain ilustrasi kaos yang merupakan visualisasi tempat-tempat pariwisata Ngawi, antara lain wisata alam serta wisata sejarah dan budaya.

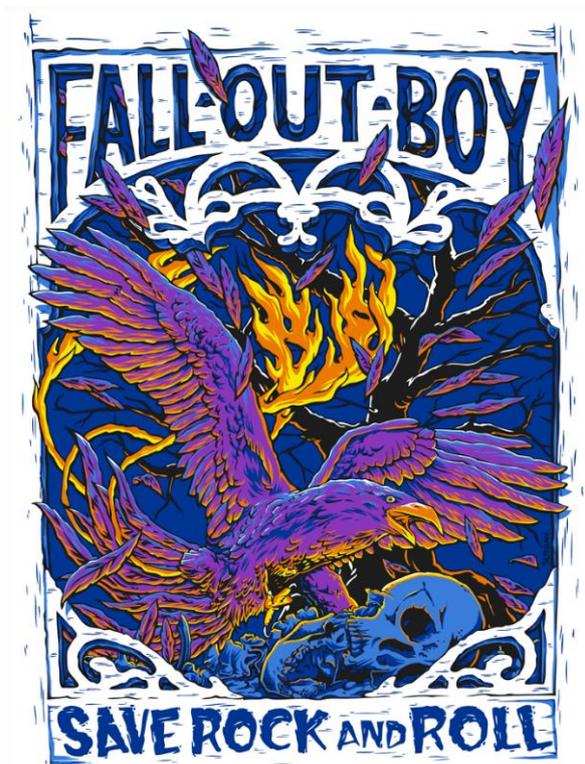


Gambar 2. Contoh warna alam (Sumber: www.creativecolorschemes.com)

c. Typografi

Typografi merupakan bagian dari aspek visual. Typografi juga merupakan disiplin ilmu yang berisi tentang huruf. Huruf sendiri mampu memberikan kesan yang berbeda-beda sesuai tema yang mendasari bentuk huruf.

Typografi yang digunakan pada ilustrasi kaos wisata Ngawi bersifat bebas. Hal tersebut didasari oleh fungsi dan tujuan penggunaan typografi dalam desain itu sendiri. Bentuk huruf yang bebas akan mampu menjadi satu kesatuan dengan ilustrasi. Artinya *font* yang digunakan mempunyai bentuk mengikuti tema ilustrasi dan tidak berpatokan pada jenis *font* tertentu.



Gambar 3. Contoh font dalam ilustrasi (Sumber: www.pngkey.com)

d. Konsep teknis

Perancangan ini membutuh alat dan perangkat lunak sebagai sarana untuk membuat desain ilustrasi. Proses ini dikerjakan dengan proses digital. Kemudian untuk proses pembuatan menggunakan

teknik sablon. Alat dan perangkat lunak yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Komputer

Komputer merupakan alat utama dalam membuat desain pada perancangan ini. Komputer yang digunakan adalah PC Komputer Lenovo core i3.



Gambar 4. Komputer Lenovo core i3.

2. Corel Draw

Corel Draw adalah perangkat lunak untuk membuat desain visual. Pada perancangan ini Corel Draw X9 menjadi pilihan untuk membuat desain ilustrasi kaos.

3. Screen

Kain saring atau *screen*, biasanya dipadukan dengan menggunakan frame dengan bahan kayu atau aluminum, terbuat dari bahan polyester atau nylon. Kain saring atau screen ini terdiri

dari berbagai macam ukuran *mesh* atau lubang yang dapat digunakan. Ukuran *mesh* dapat dihitung berdasarkan jumlah lubang yang terbuka, misalnya luas 1cm persegi (1cmx1cm), ada juga yang menghitung dengan menggunakan satuan inch tergantung dengan standar mana yang digunakan

4. Raket

Raket merupakan alat yang berfungsi untuk menekan tinta pada *screen* sablon agar tinta berpindah dari *screen* ke media sablon.

5. *Flash curing*

Mesin *curing* sablon adalah suatu alat yang dapat membantu untuk proses pengeringan tinta sablon khususnya plastisol, dimana proses pengeringan dan pematangannya membutuhkan beberapa waktu dengan cara penyinaran. Mesin *curing* sablon sebagai solusi pengganti untuk penyinaran langsung matahari, proses lebih cepat, hasil pengeringan dan pematangan lebih rata, hal ini dapat mengurangi risiko pecah atau retak hasil sablon ketika beberapa kali dicuci.

6. *Heat press*

Heat press merupakan mesin pemanas pengepress yang cukup familiar di dunia sablon kaos. *Heat press* adalah mesin dengan elemen pemanas disertai dengan pengaturan suhu dan

waktu secara digital yang digunakan untuk *curing* dan *finishing* dalam sablon kaos agar sablon benar-benar matang dan rata.

7. *Heat gun*

Heat gun atau *hot gun* adalah alat yang mengalirkan udara panas. Alat ini bisa digunakan untuk membantu berbagai macam pekerjaan di kehidupan sehari-hari. Di bidang sablon kaos, *heat gun* merupakan salah satu peralatan sablon yang boleh dibilang wajib untuk dimiliki. *Heat gun* mengeluarkan angin dan suhu panas yang dapat mengeringkan cat sablon di kaos dengan jauh lebih cepat.

8. Tinta plastisol

Sablon plastisol adalah jenis tinta sablon yang terbuat dari PVC dan minyak. Plastisol merupakan salah satu jenis sablon yang paling populer terutama untuk kain, kaos, jersey, dan lain-lain. Tinta plastisol memiliki keunggulan yaitu kemampuannya memberikan efek warna cerah pada kaos. Ditambah lagi ada berbagai pilihan warna yang menarik dan bisa disesuaikan dengan warna dasar kaos.

9. Sablon DTF

Sablon Digital Transfer Film atau yang bisa di sebut DTF adalah metode sablon digital menggunakan teknologi film yang di prin menggunakan tinta tertentu lalu di beri taburan

pouder atau bubuk lem dan di panaskan supaya bisa merekat ke film tersebut, jenis sablon yang satu ini banyak di gunakan untuk memproduksi kaos terutama dengan jumlah kecil karna proses yang instan dan dapat menghasilkan warna yang banyak

F. MEDIA PLAN

1. Media Utama

a. Kaos Ngawi Adventure

Desain ilustrasi Ngawi Adventure diangkat dari peta wilayah Ngawi, setiap tempat wisata diwakili dengan ikon visual yang menjadi ciri khas tempat wisata Ngawi, meliputi Air Terjun Pengantin, Air Terjun Srambang, Kebun Teh Jamus, Museum Trinil, Pemandian Tawun, Benteng Pendem, Waterboom Tirta Nirmala, Pesanggrahan Srigati, dan Waduk Pondok Ngawi. Selain visualisasi ikonik tempat wisata Ngawi, lingkungan sekitarnya pun divisualkan sesuai lingkungan aslinya, seperti danau, pohon, sungai, air terjun, bebatuan.

b. Kaos Benteng Pendem

Kaos dengan desain benteng pendem ini menampilkan estetika bangunan benteng dengan gambar asli dan desain retro minimalis dipadukan dengan font yang tegas.

c. Kaos Taman Wisata Tawun

Kaos Wisata Tawun didesain dengan gambar perosotan kolam renang untuk menarik wisatawan terutama anak-anak karena lokasi tersebut banyak dikunjungi oleh keluarga dan wisatawan sekolah dini, baik dari TK hingga SMP yang sesuai dengan desain tersebut.

d. Kaos Air Terjun Srambang

Desain kaos ini mengusung tema *lettering*, ditujukan untuk menarik minat anak-anak muda yang mulai banyak berkunjung ke wisata Air Terjun Srambang selama beberapa tahun terakhir.

e. Kaos Ngawi Ramah

Kaos dengan desain sederhana sesuai dengan slogan Kabupaten Ngawi, ditujukan untuk wisatawan yang tidak menginginkan desain rumit tetapi ingin memakai kaos dengan identitas khas Ngawi.

2. Media Pendukung

a. *Feed* sosial media

Feed sosial media saat ini menjadi media promosi yang paling efektif. Selain murah jangkauan audiensnya juga lebih luas dan cepat tersampaikan. *Feed* sosial media biasanya berupa poster digital.

b. Poster

Poster merupakan sebuah pengumuman atau penyebaran dalam bentuk visual dan berbentuk media cetak, biasanya di letakkan pada tempat-tempat strategis.

c. *Roll banner*

Roll banner adalah bentuk *banner* dengan teknis yang lebih praktis. Mudah dipindahkan dan praktis dalam menyimpannya. *Banner* sendiri merupakan media informasi non-personal yang berisi pesan promosi atau informasi untuk disampaikan kepada audiens. *Roll banner* sebagai media informasi adanya kaos pariwisata Ngawi.

d. *Hoodie*

Hoodie adalah pakaian seperti jaket namun dengan tudung atau penutup kepala dan tidak memiliki resleting. *Hoodie* biasanya menggunakan bahan tebal seperti *fleece* dan dapat disablon bagian depan dan/atau belakangnya.

e. *Katalog*

Katalog adalah suatu alat untuk promosi barang, jasa dan lain-lain, yang terbuat dari kertas dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai produk tersebut.

f. Topi

Topi adalah suatu jenis penutup kepala. Penggunaan Topi dimaksudkan untuk beberapa alasan. Umumnya digunakan sebagai

pelindung dari sinar matahari dan aksesoris pakaian. Topi juga dapat digunakan sebagai media promosi pariwisata di Kabupaten Ngawi.

g. *Tote bag*

Tote bag merupakan salah satu model tas jinjing berbentuk kotak dan terbuka yang dilengkapi dengan dua buah tali pegangan pada bagian atasnya. Sesuai fungsi dan tujuan pemakaiannya *tote bag* juga bisa di pergunakan sebagai media promosi.

h. Stiker

Stiker dapat dijadikan media promosi untuk memperkenalkan pariwisata di Ngawi, Stiker mampu menarik pembeli karena sifatnya yang fleksible bisa ditempatkan dimana-mana khususnya di motor, helm, perangkat elektronik dan sejenisnya yang dapat dilihat banyak orang.

i. *Waist bag*

Waist bag atau tas pinggang berukuran kecil yang biasanya digunakan untuk menaruh dompet, handphone, dan barang-barang kecil lain.

j. Kartu petunjuk tambahan

Kartu petunjuk ini memberikan panduan agar kaos dengan tema tempat tempat yang sudah di kunjungi dapat di beri tanda.