

## **BAB III**

### **ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

Rumah makan Sate Sapi Suruh dan Bakso yang terletak di Jl. Jend. Sudirman adalah salah satu tujuan kuliner di kota Salatiga, Nama Sate Sapi Suruh diambil dari daerah tempat asal pemilik rumah makan ini berasal yakni Kecamatan Suruh Kab. Semarang yang terletak di sebelah selatan Kota Salatiga. Sate Sapi Suruh dan Bakso ini merupakan salah satu tempat makan yang banyak dicari dan dikunjungi di kota Salatiga.

Bab ini berisi analisa data dan strategi kreatif yang berfungsi sebagai landasan konsep dan perancangan logo rumah makan Sate Sapi Suruh dan Bakso.

#### **A. Analisa data**

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

###### **a. Geografis**

Mencakup wilayah seluruh indonesia, terutama Wilayah Jawa Tengah, khususnya kota Salatiga dan sekitarnya. Meningkatnya potensi kota Salatiga sebagai kota transit atau persinggahan seiring dengan selesainya pembangunan jalan toll Trans Jawa menyebabkan semakin mudahnya akses konsumen dari luar kota ke industri kuliner lokal.

###### **b. Demografis**

- jenis kelamin : laki-laki dan perempuan.
- Usia : 17-60 tahun.
- Ekonomi : Menengah ke atas

- Pendidikan : sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, perguruan tinggi.
- Pekerjaan : Mahasiswa, pegawai, wirausahawan, pedagang pasar
- Agama : Islam, Kristen, Katholik, Budha

#### **c. Psikografis**

- Kebiasaan

Konsumen memiliki keinginan untuk makan diluar yang lebih besar daripada makan dirumah.

- Gaya hidup

Konsumen dari kalangan menengah keatas yang memiliki pengeluaran tambahan serta gemar untuk makan di luar atau sedang melakukan perjalanan.

#### **d. Behavior**

Konsumen yang suka melakukan perjalanan untuk wisata kuliner .

## **2. Analisa SWOT**

SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats). Adapun analisis SWOT yang dilakukan sebagai berikut :

- **Strenght** : memiliki banyak pelanggan di dalam maupun luar kota karena telah berdiri sejak tahun 1987. rumah makan terletak di pusat kota yaitu jalan Jend. Sudirman Salatiga dan memiliki harga yang terjangkau.
- **Weaknes** : Kurang dalam hal promosi dan *brand identification*.
- **Oportunities** : Dengan selesainya pembangunan tol trans jawa, terutama tol Semarang-Solo maka akses ke dalam kota salatiga akan semakin mudah dan semakin banyak konsumen yang akan mengunjungi kota salatiga.
- **Threath** : Persaingan kuliner dalam kota yang semakin meningkat serta rumah makan yang memiliki nama yang sama sehingga membuat konsumen enggan untuk mampir.

### 3. USP (Unique Selling Point)

Rumah makan Sate Sapi Suruh dan Bakso sudah berdiri sejak tahun 1987. Produk utama dari rumah makan ini adalah sate yang menurut konsumen memiliki rasa yang khas yang tidak dapat disamai oleh rumah makan lain walaupun rumah makan yang memiliki nama yang sama. Rumah makan ini melayani konsumen dengan ramah sehingga konsumen merasa nyaman untuk datang kerumah makan ini, hal ini menyebabkan rumah makan ini memiliki banyak pelanggan dari berbagai kalangan terutama konsumen dari luar kota yang dulu pernah

tinggal atau bersekolah di kota Salatiga. Rumah makan ini terletak di Jalan Jenderal Sudirman yang merupakan jalan utama di kota Salatiga.

#### **4. Positioning**

Logo ini dirancang sebagai sarana brand identity yang akan digunakan sebagai pembeda dengan rumah makan lain yang bernama sama sekaligus untuk melengkapi media promosi sehingga dapat meningkatkan nilai brand dimata konsumen. Akan tetapi, perancangan ini akan menggunakan beberapa elemen yang tidak jauh berbeda dari *brand identification* yang digunakan sebelumnya sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman pada konsumen. Perancangan ini menggunakan gaya visual *flat* yang dapat diingat dengan mudah oleh konsumen. Gaya visual ini digunakan karena memiliki kesan sederhana dan minimalis sehingga akan lebih cepat dalam menyampaikan pesan dan mudah dipahami oleh konsumen.

#### **B. Strategi kreatif**

Strategi kreatif dibuat setelah diketahui jelas profil perusahaan, tujuan serta target pasar. Logo nantinya akan berfungsi sebagai *Brand identification* yang akan diletakkan pada media promosi yang digunakan. Gaya visual yang digunakan dalam perancangan ini adalah *flat design* yang menggunakan bentuk dan warna sederhana untuk menyampaikan pesan kepada target audiens dan dapat diterapkan dalam berbagai media.

## 1. Konsep

### a. Visual

Konsep visual adalah awal dari sebuah ide yang didapat melalui proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan.

Konsep visual dalam perancangan ini memperhatikan berbagai elemen dan unsur desain dengan tujuan agar dapat diterima oleh target audiens.

*Flat design* adalah sebuah teknik desain minimalis yang menggunakan efek sederhana atau bahkan tidak sama sekali untuk menciptakan sebuah skema desain tanpa menggunakan atribut 3 dimensi. Dalam pewarnaan *flat design* menggunakan banyak variasi warna terutama warna-warna yang berani dan cerah.

#### 1) Layout

Layout yang digunakan disini adalah *picture window layout*.

*Picture window layout* adalah jenis layout yang didominasi oleh gambar besar di bagian atas dan teks pendukung di bagian bawah.

Layout ini digunakan untuk menampilkan visual produk disertai dengan penjelasan terkait produk.

Layout atau tata letak adalah penataan elemen desain dalam sebuah bidang untuk membentuk penataan yang artistik. Hal ini bertujuan untuk menampilkan elemen gambar dan teks menjadi lebih komunikatif dan tersaji dalam bentuk yang mudah diterima

oleh pembaca. Langkah yang digunakan dalam menerapkan layout dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

- Gagasan

Pengumpulan gagasan atau ide layout yang bisa diterapkan kedalam perancangan logo.

- Seleksi

Proses pemilihan layout yang paling sesuai dengan perancangan logo.

- Desain akhir

Proses penyempurnaan layout yang telah dipilih dan diterapkan dalam perancangan logo.



*Contoh picture window layout*

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/582512533062784775/>



Contoh picture window layout

Sumber : [https:// id.pinterest.com/pin/351843789647768655/](https://id.pinterest.com/pin/351843789647768655/)

## 2) Warna

Warna adalah unsur desain yang dominan dan aspek yang paling relatif dalam kehidupan. Dalam psikologi atau emosi manusia, warna dapat memberi kesan berupa makna dan arti pada objek, cahaya, mata, dan otak.

Warna yang digunakan dalam perancangan logo ini adalah warna yang sederhana dan cerah mengikuti gaya visual *flat design* supaya dapat dengan cepat dalam menyampaikan pesan dan mudah dipahami.



Contoh palet warna  
sumber : <http://www.flatcolorsui.com/>

### 3) Typografi

Typografi adalah suatu elemen desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai elemen utama. Typografi berperan untuk mengkomunikasikan informasi kepada konsumen. Typografi dalam perancangan ini berfungsi sebagai *brand identification* yang bertujuan sebagai pengenalan sekaligus penguat kepada konsumen.

Typografi yang digunakan disini adalah font Impact, dikarenakan tipografi ini adalah yang paling mendekati dengan tipografi yang digunakan sebelumnya.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**!@#\$%^&\*()\_+~`{|}:'"/.,**

Contoh font Impact  
sumber : <https://id.allfont.net/download/impact/>



#### 4) Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu karya seni berbentuk gambar yang digunakan untuk menjelaskan informasi sehingga informasi tersebut dapat lebih mudah dipahami pembaca, dengan adanya ilustrasi pembaca akan lebih tertarik tentang informasi yang disajikan.

Ilustrasi pada perancangan ini berfungsi sebagai *brand identification* dengan cara menampilkan ilustrasi yang mewakili produk yang dimiliki oleh rumah makan ini. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan logo ini adalah ilustrasi sapi dan ketupat untuk menggambarkan produk utama dari rumah makan ini.



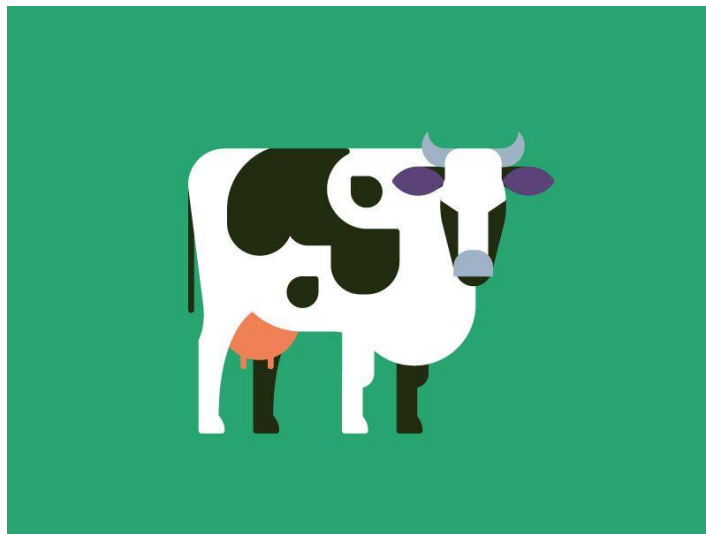
Contoh ilustrasi ketupat

sumber : <https://id.pinterest.com/pin/823455113108214071/>



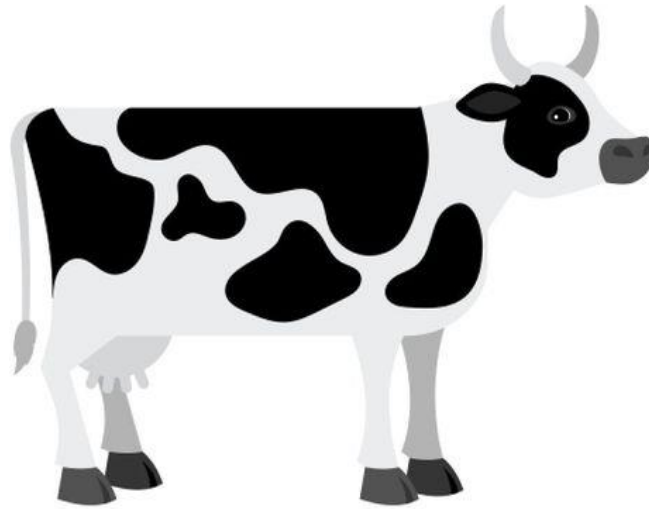
Contoh ilustrasi ketupat

sumber : <https://id.pinterest.com/pin/683843524658647351/>



Contoh ilustrasi sapi

sumber : <https://id.pinterest.com/pin/468444798720516915/>



Contoh ilustrasi sapi

sumber : <https://id.pinterest.com/pin/651333164847521316/>

b. Verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang dapat berbentuk lisan atau tulisan. Konsep verbal disini menggunakan tulisan / headline yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang dimaksud kepada target audiens.

- **Headline**

Dalam sebuah logo, headline berfungsi sebagai penjelas identitas yang dimiliki sehingga dapat dikenali oleh pembaca. Headline disini menggunakan nama rumah makan “SATE SAPI SURUH dan BAKSO” sehingga pembaca tidak akan bingung atau bahkan mengira logo ini adalah milik rumah makan lain.

- **Baseline**

Baseline merupakan bagian pendukung yang biasa diletakan di bagian bawah dan berisi informasi tentang rumah makan yang terkait seperti alamat dan nomor telepon. Dalam perancangan ini baseline yang digunakan berisi “Komplek ruko 16 ruko F1 Pasaraya 2 JL. Jend. Sudirman Salatiga” dan “ (0298) 315322”.

## **2. Konsep teknis**

Perancangan logo ini menggunakan beberapa alat sebagai sarana perancangan desain dengan proses manual dan digital. Alat-alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

### **a. PC Laptop**

Laptop Asus Rog G511VW



Foto Laptop Asus Rog G511VW  
Foto oleh Dwi Heru Prastowo, 2022

b. Sketchbook

Sketchbook LYRA ukuran A5



Foto Sketchbook LYRA  
Foto oleh Dwi Heru Prastowo, 2022

c. Pensil

Pensil 2B merek faber-castell



Foto Pensil 2B  
Foto oleh Dwi Heru Prastowo, 2022

d. Drawing pen

Drawing pen Sakura pigma micron 01



Foto Drawing pen  
Foto oleh Dwi Heru Prastowo, 2022

e. Penggaris

Penggaris besi Trifelo ukuran 30 cm



Foto Penggaris besi  
Foto oleh Dwi Heru Prastowo, 2022

f. Smartphone

Smartphone Xiaomi Pocophone F1



Foto Smartphone  
Foto oleh Dwi Heru Prastowo, 2022

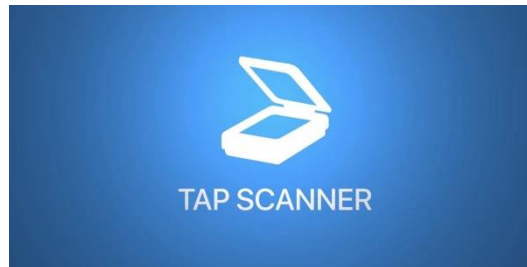
Software dan aplikasi yang digunakan dalam perancangan logo ini adalah sebagai berikut :

a. CorelDraw



Logo CorelDraw  
CorelDraw Graphics Suite Re  
<https://www.pcmag.com/reviews/coreldraw-graphics-suiteview> |  
PCMag

## b. TapScanner



Logo Tap Scanner

<https://static.apkdone.me/wp-content/uploads/2020/07/TapScanner-Scanner-App-To-PDF-poster.jpg> (1280×720) (apkdone.me)

## C. Media Plan

Media yang digunakan untuk menunjang branding logo adalah:

### A. Media utama

#### a. Spanduk mmt

Spanduk mmt digunakan sebagai tanda pengenal utama yang ditempatkan di bagian depan rumah makan. Media ini sangat berperan penting sebagai pengenal rumah makan kepada konsumen dan mudah untuk digunakan di lokasi rumah makan yang dekat dengan pasar.

#### b. Packaging / kemasan

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar dapat dipasarkan. Konsumen sering memesan makanan untuk dibawa pulang, sehingga media ini sangat cocok digunakan untuk meninggalkan kesan yang lebih lama pada konsumen.



c. Daftar menu

Menu adalah sebuah daftar makanan yang dilengkapi dengan harga masing-masing yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberi nilai sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan. Media ini adalah yang pertama dicari konsumen saat mendatangi rumah makan sehingga sangat efektif saat menempatkan logo dalam media ini.

B. Media pendukung

a. Kartu nama

Kartu nama merupakan alat berbentuk kartu yang digunakan untuk menyampaikan informasi perusahaan. Dalam kartu nama berisi nama dan logo perusahaan, alamat dan nomor telepon. Media ini berukuran kecil dan berisikan informasi bisnis dan kontak yang dapat dihubungi oleh konsumen.

b. Sticker

Sticker adalah media yang diaplikasikan dengan cara ditempel pada objek sebagai pengenalan identitas sebuah merek agar dikenali masyarakat. Media ini berisikan informasi untuk disampaikan kepada konsumen dan mudah dalam segi penggunaan.

c. Stempel

Stempel merupakan alat yang dapat membantu dalam hal pengesahan. Dalam hal ini stempel digunakan sebagai pengesahan bukti transaksi yang digunakan. Stempel dapat digunakan untuk memberi kesan “sah” dalam bukti transaksi yang digunakan.

d. Stationery

Stationery adalah peralatan kantor yang di desain dan dicetak agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. Dalam hal ini digunakan dalam bentuk amplop, kop surat, dan nota yang menunjukkan identitas dalam setiap penggunaan.

e. Celemek

Celemek adalah kain yang digunakan setelah pakaian untuk melindungi bagian depan dari badan. Kegunaan utama celemek adalah untuk melindungi pakaian pengguna dari noda. Celemek digunakan untuk menjaga pakaian tetap bersih dari kemungkinan noda yang dapat menempel pada pakaian.

f. Payung

Payung adalah alat pelindung badan dari hujan dan panas matahari, biasanya terbuat dari kain yang diberi tangkai dan gagang besi. Payung lebih digunakan pada saat musim penghujan untuk dipinjamkan kepada konsumen, contohnya

saat naik atau turun dari mobil. Payung ini juga dapat digunakan sebagai souvenir pada acara-acara tertentu.

g. Poster

Poster adalah suatu media publikasi yang berisikan tulisan atau gambar atau kombinasi keduanya yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada orang-orang yang melihatnya. Poster adalah media promosi yang umum digunakan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen dan bisa digunakan dalam bentuk fisik ataupun digital.

h. Mug

Mug adalah alat minum sejenis cangkir yang digunakan untuk meminum minuman panas. Mug digunakan sebagai gelas minum untuk menyajikan minuman sehingga tidak aneh bila mug berada di dekat konsumen.