

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Setelah diperoleh data pada bab sebelumnya maka langkah selanjutnya yaitu analisa data tersebut untuk digunakan sebagai landasan dasar penentuan konsep perancangan pada bab selanjutnya.

A. Analisa Data

Analisa data merupakan proses penyampaian data secara terperinci untuk menemukan informasi yang akan digunakan sebagai konsep perancangan untuk menentukan keputusan hingga menghasilkan suatu kesimpulan.

1. Segmentasi

a. Demografi

Umur : 17 – 25 tahun

Jenis Kelamin : Laki – laki dan perempuan

Agama : Semua agama

Pendidikan : SMA/SMK/MA

Status Ekonomi : Menengah dan atas

b. Geografi

Berdasarkan sasaran Universitas Sahid Surakarta, yaitu menjadi universitas unggul di Jawa Tengah yang berkualitas dan berjiwa kewirausahaan. Maka segmentasi geografinya adalah:

- 1) Negara : Indonesia
- 2) Daerah : Seluruh Indonesia khususnya Jawa Tengah
- 3) Luasan Wilayah : Wilayah perkotaan di Indonesia

c. Psikografi

Para mahasiswa dan calon mahasiswa DKV Usahid Surakarta yang berjiwa kreatif, dinamis, dan memiliki rasa ingin tahu terhadap dunia desain khususnya desain komunikasi visual.

d. Behavior

Para mahasiswa dan calon mahasiswa DKV Usahid Surakarta yang memiliki kebiasaan untuk mengembangkan ilmu desain terutama di bidang *visual branding* serta bidang videografi dan animasi.

2. USP (*Unique Selling Proposition*)

USP merupakan keunikan atau diferensiasi yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa dengan kompetitor serupa lainnya. Prodi DKV Usahid Surakarta berbasis keilmuan seni, desain, komunikasi, bisnis, dan teknologi serta ilmu pendukung lainnya demi menyelenggarakan pendidikan untuk menghasilkan Sarjana Desain yang mumpuni dalam penguasaan teknologi informasi dan mampu mengembangkan diri menjadi *entrepreneur* di bidang desain dan industri kreatif (*creativepreneur*). Selain itu prodi DKV Usahid Surakarta memiliki dua peminatan yang diunggulkan, yaitu bidang *visual branding* serta bidang videografi dan animasi.

3. ESP (*Emotion Selling Proposition*)

ESP merupakan sebuah cara untuk menciptakan emosi yang bertujuan agar menarik perhatian dari target audiens. Perasaan yang ingin dimunculkan di benak target audiens adalah rasa puas atas keingintahuan terhadap kurikulum prodi dan informasi lengkap mengenai DKV Usahid Surakarta yang telah dikemas menjadi sebuah buku digital yang menarik.

4. *Positioning*

Positioning yaitu proses komunikasi secara visual guna menciptakan sebuah citra yang akan diingat oleh target audiens. Gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan buku digital ini menyesuaikan segmentasi, USP, dan ESP yang sudah ditetapkan sebelumnya. Maka gaya desain modern yang berfokus pada *flat design style* dinilai cocok dan sesuai dengan perkembangan yang ada. Gaya desain ini memberikan kesan bersih dan sederhana namun menitikberatkan pada fungsionalitas desain. Ciri khas *flat design* adalah menggunakan warna-warna yang cerah dan ilustrasi dua dimensi yang simpel. Ilustrasi yang simpel atau sederhana mampu menyampaikan pesan lebih cepat daripada ilustrasi yang sangat detail. Font yang digunakan juga sesuai dengan segmentasi usia produktif dengan kesan modern dan santai, yaitu jenis font sans serif. Tambahan elemen desain lainnya menggunakan *layout* yang minimalis untuk memperkuat kesan bersih dan sederhana.

B. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah langkah untuk merancang dari awal hingga akhir guna menghasilkan strategi *branding* sebagai metode pengenalan citra *brand* menggunakan berbagai media dan mencakup beberapa unsur diantaranya:

1. Konsep Estetis

Penyusunan konsep estetis memerlukan berbagai strategi kreatif yang memenuhi segala aspek dengan menyesuaikan segmentasi, USP, ESP, dan positioning, serta mampu memberikan manfaat bagi target audiens. Berikut ini merupakan pembuatan konsep estetis yang digunakan pada perancangan buku digital kurikulum DKV Usahid Surakarta:

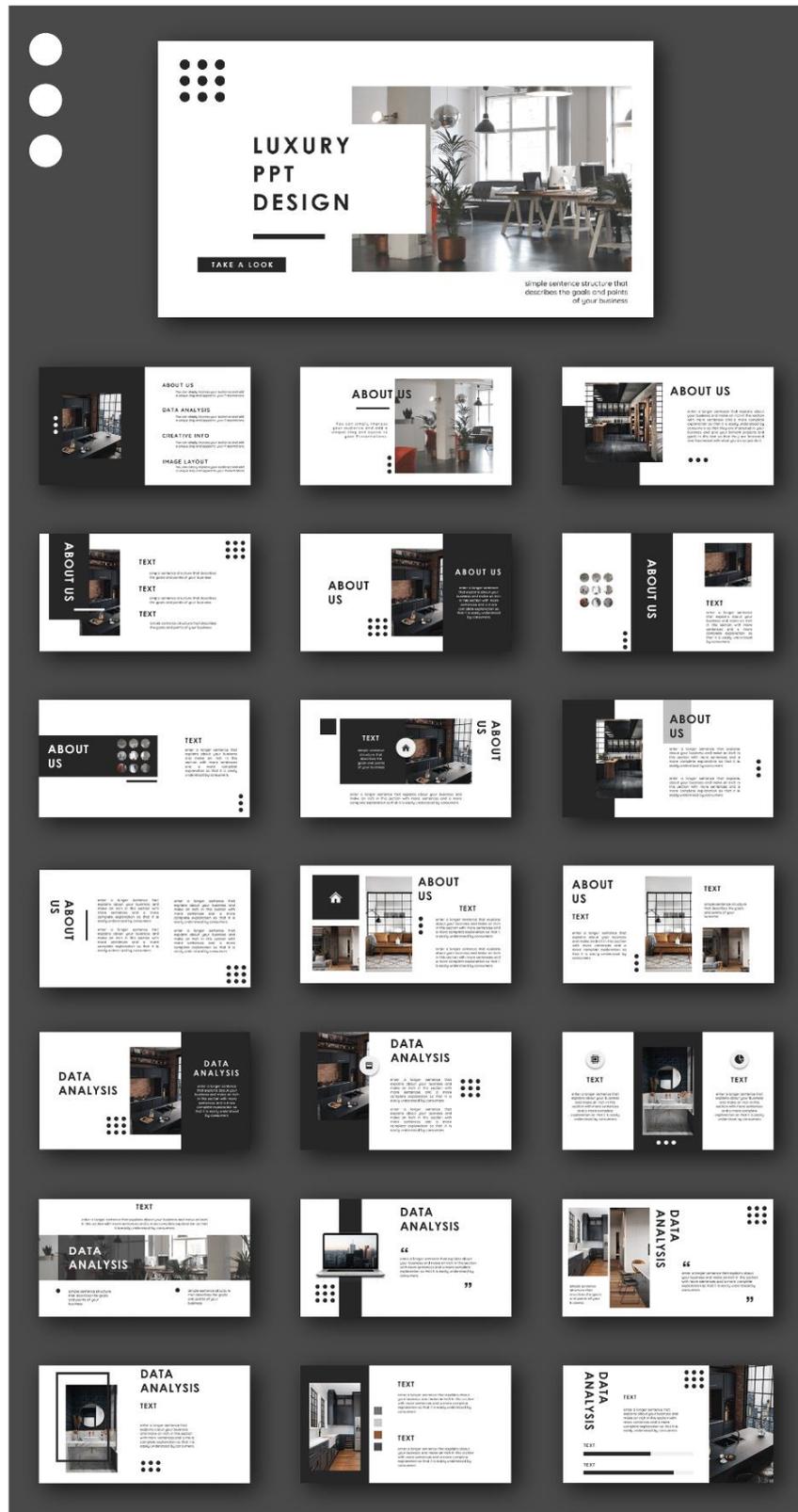
a. Visual

Visual merupakan konsep yang dapat digambarkan secara terlihat oleh indera pengelihatan, antara lain:

1) *Layout*

Layout adalah penyusunan dari elemen – elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini dapat juga disebut manajemen bentuk dan bidang. (Anggraini & Natalia, 2014:74)

Layout yang digunakan dalam perancangan buku digital ini disesuaikan dengan gaya desain yang telah ditetapkan sebelumnya. Pemilihan *minimalist layout* dapat memberikan kesan bersih dan sederhana sesuai dengan kesan yang ingin dimunculkan.



Gambar 05. Susunan *Minimalist Layout*
 (<https://id.pinterest.com/pin/500321839863215351/>, 2022)

2) Warna

Setiap warna memiliki arti yang berbeda, pemilihan warna memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan serta mempunyai sifat sesuai psikologis seseorang. Berdasarkan gaya desain yang telah ditetapkan, maka pemilihan warna untuk buku digital ini adalah warna cerah sesuai dengan ciri khas dari *flat design*.

rgb(28, 188, 156) TURQUOISE	rgb(46, 204, 113) EMERALD	rgb(52, 152, 219) PETER RIVER	rgb(155, 88, 182) AMETHYST	rgb(52, 73, 84) WET ASPHALT
rgb(22, 160, 133) GREEN SEA	rgb(39, 171, 96) NEPHRITIS	rgb(41, 128, 185) BELIZE HOLE	rgb(142, 68, 174) WISTERIA	rgb(44, 62, 80) MIDNIGHT BLUE
rgb(241, 196, 15) SUN FLOWER	rgb(230, 126, 34) CARROT	rgb(231, 76, 60) ALIZARIN	rgb(236, 240, 241) SLIMES	rgb(149, 165, 166) CONCRETE
rgb(243, 156, 18) ORANGE	rgb(211, 84, 0) PUMPKIN	rgb(192, 57, 43) POMEGRANATE	rgb(189, 195, 199) SILVER	rgb(127, 140, 141) ASBESTOS

Gambar 06. Palet Warna *Flat Design*
(Flat UI Colors, 2021)

Warna tersebut kemudian dipilih berdasarkan turunan warna primer yaitu warna kuning, merah dan biru. Warna kuning melambangkan keceriaan, warna merah melambangkan keberanian, dan warna biru melambangkan kepercayaan. Ketiga warna tersebut dipilih berdasarkan segmentasi usia produktif yang memiliki jiwa semangat, berani, dan percaya diri.

	R: 241 G: 196 B: 15 #F1C40F		C: 7 M: 22 Y: 100 K: 0
	R: 231 G: 76 B: 60 #E74C3C		C: 4 M: 90 Y: 95 K: 0
	R: 52 G: 152 B: 219 #3498DB		C: 75 M: 29 Y: 0 K: 0
	R: 44 G: 62 B: 80 #2C3E50		C: 98 M: 77 Y: 47 K: 47

Gambar 07. Palet Warna *Flat Design* yang Terpilih
(Vina Widya Rini, 2022)

3) Tipografi

Tipografi sebaiknya bersifat *sustainable*, bukan hanya sekedar mengikuti trend yang sedang berlangsung. Jenis hurufnya pun harus fleksibel dan mudah digunakan serta mudah dibaca (Alina Wheeler, 2013).

Tipografi yang digunakan pada perancangan buku digital ini sesuai dengan segmentasi usia produktif dengan kesan modern dan santai, yaitu menggunakan jenis font sans serif yang memiliki tingkat keterbacaan tinggi dan mudah diaplikasikan ke berbagai media pendukungnya nanti. Pemilihan jenis font ini juga menyesuaikan sifat yang ingin dimunculkan yaitu bersih dan sederhana, namun tetap dinamis mengikuti perkembangan yang ada. Penggunaan fontnya sendiri hanya memakai satu jenis font

“Poppins” dengan ketebalan huruf yang berbeda-beda sesuai kebutuhan desainnya nanti.



Gambar 08. Font Poppins *Light*
(Indian Type Foundry : info@indiantypefoundry.com, 2014)



Gambar 09. Font Poppins *Regular*
(Indian Type Foundry : info@indiantypefoundry.com, 2014)



Gambar 10. Font Poppins *Medium*
(Indian Type Foundry : info@indiantypefoundry.com, 2014)



Gambar 11. Font Poppins *SemiBold*
(Indian Type Foundry : info@indiantypefoundry.com, 2014)



Gambar 12. Font Poppins *Bold*
(Indian Type Foundry : info@indiantypefoundry.com, 2014)



Gambar 13. Font Poppins *ExtraBold*
(Indian Type Foundry : info@indiantypefoundry.com, 2014)



Gambar 14. Font Poppins *Black*
(Indian Type Foundry : info@indiantypefoundry.com, 2014)

4) Ilustrasi

Ilustrasi ditujukan untuk memberikan informasi secara menarik dan dapat meningkatkan minat untuk mempelajari lebih lanjut (Baya, Rahman dan Prabawa, 2015). Ilustrasi disini bermakna sebagai gambar yang menjelaskan dan memainkan imajinasi sebagian isi dari tulisan dalam desain.

Ilustrasi yang digunakan dalam buku digital ini menggunakan ilustrasi gaya *flat design*, selain itu juga menggunakan ilustrasi fotografi jenis *human interest*.



Gambar 15. Ilustrasi *Flat Design*
(https://www.freepik.com/free-vector/pack-people-avatars_7085146.htm, 2022)



Gambar 16. *Icon Pictogram Flat Design*
(<https://pin.it/39JRG3L>, 2022)



Gambar 17. *Ilustrasi Foto Human Interest*
(<https://www.flickr.com/photos/145717486@N05/29390811940/in/photo-stream>, 2022)

b. Verbal

Verbal merupakan konsep yang terlihat berdasarkan berbagai aspek antara lain:

1) *Headline*

Headline adalah unsur yang paling terlihat dari aspek lain karena merupakan judul utama dan hendaknya bersifat *to the point* agar mudah dibaca dan dipahami. *Headline* dalam buku digital ini yaitu “*ALL ABOUT DKV*”. Pemilihan judul tersebut karena buku digital ini berisi tentang informasi – informasi penting yang semuanya berkaitan dengan prodi DKV.

2) *Subheadline*

Subheadline merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai *headline* dan merupakan aspek yang akan terbaca setelah *headline*. *Subheadline* dalam buku digital ini yaitu “Buku Kurikulum Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta”. Pemilihan *subheadline* tersebut memiliki tujuan bahwa buku digital ini menyampaikan informasi – informasi penting yang semuanya berkaitan dengan prodi DKV khususnya prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta.

3) *Bodycopy*

Bodycopy merupakan aspek berupa tulisan yang menjelaskan isi dari buku atau konten yang ada. *Bodycopy* dalam buku digital ini berisi tentang informasi kurikulum prodi dan

informasi lainnya tentang DKV Usahid Surakarta yang disampaikan secara rinci namun singkat, padat, dan jelas. Informasi tersebut meliputi deskripsi prodi, visi misi, profil lulusan, proses pembelajaran, cara penilaian, prospek kerja, penjelasan kurikulum, matriks rekognisi, peminatan prodi, kegiatan mahasiswa, alur pelayanan akademik, dosen, dan alumni.

4) *Baseline*

Baseline merupakan aspek yang biasanya ada untuk dibaca paling akhir sebagai informasi tambahan jika dibutuhkan. Media yang menggunakan *baseline* seperti poster, *roll banner*, dan kalender. Biasanya berisi alamat website, alamat media sosial, *contact person*, atau informasi tambahan lain. Sedangkan untuk *merchandise* hanya beberapa yang mencantumkan aspek ini.

2. Konsep Teknis

Konsep teknis pada perancangan ini berisi peralatan yang digunakan untuk pembuatan karya dari awal hingga akhir. Berikut alat yang digunakan:

- a. Kertas, digunakan sebagai media untuk menggambar sketsa manual.



Gambar 18. Kertas HVS 80gr
(<https://siplah.tokoladang.co.id/produk/kertas-hvs-a4-80-gr.573470>, 2022)

- b. Pensil, untuk menggambar sketsa kasar pada kertas.



Gambar 19. Pensil 2B Faber Castell
(<https://faber-castell.co.id/castell-9000-pensil-ujian--2b>, 2022)

- c. Penghapus, digunakan untuk menghapus kesalahan sketsa.



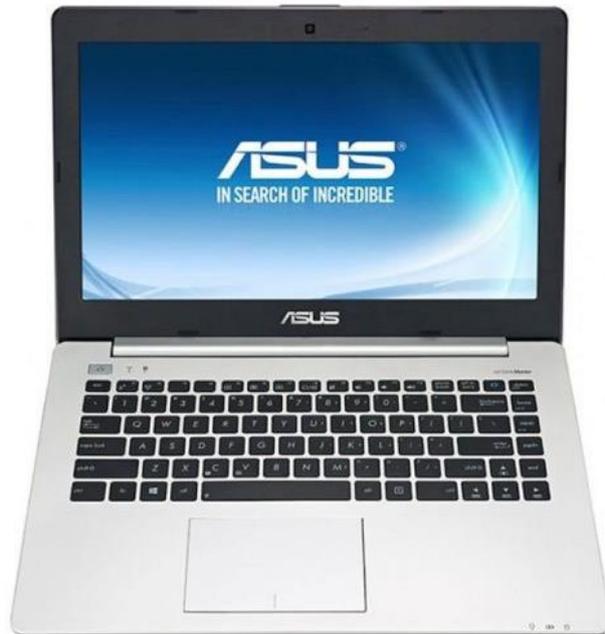
Gambar 20. Penghapus Faber Castell
(<https://www.tokopedia.com/atkbertuah/penghapus-setip-eraser-faber-castell-abu-abu-khusus-ebta>, 2022)

- d. *Smartphone*, digunakan untuk mengambil gambar dan mendukung keperluan dalam proses perancangan desain.



Gambar 21. iPhone XS
(<https://jagofon.com/en/product/apple-iphone-xs-64-gb-silver-3199>, 2022)

- e. Laptop, digunakan sebagai alat utama untuk digitalisasi desain dari sketsa kasar yang ada.



Gambar 22. Laptop Asus A455L
(<https://review-laptop.com/asus-a455l-laptop-untuk-kebutuhan-sehari-hari/>, 2022)

- f. *Mouse*, sebagai alat bantu dalam pengoperasian laptop.



Gambar 23. Hv-Ms675 Havit Mouse Optik Berkabel 1.35M
(<https://sc04.alicdn.com/kf/H5e29a563fe65453ea6fb20d5504041J.jpg>, 2022)

- g. *Pen Tablet*, digunakan sebagai pensil digital dan alat pendukung untuk mendesain pada laptop.



Gambar 24. H430P Huion Pen Tablet 4 Inch
(<https://www.jakartanotebook.com/huion-papan-gambar-digital-graphics-drawing-pen-tablet-4-inch-h430p-black, 2022>)

- h. *Software Corel Draw 2019*, software yang digunakan untuk keperluan desain dan penataan tampilan atau *layout* dalam media.



Gambar 25. Corel Draw Graphics Suite 2019
(<https://www.bimainstitute.com/2020/08/mengenal-menu-di-corel-draw-2019.html, 2022>)

- i. *Software Kvisoft FlipBook Maker Pro*, aplikasi ini digunakan untuk membuat buku digital dari PDF (Portable Document Format) menjadi format SWF (Small Web File) dengan tampilan *flipping book*.



Gambar 26. Kvisoft FlipBook Maker Pro v4.3.4
(Vina Widya Rini, 2022)

- j. Website FlippingBook, tool ini digunakan untuk membuat buku digital *flipping book* berbasis online yang dapat dipublikasikan melalui link maupun *Qris Code*.



Gambar 27. Website FlippingBook
(flippingbook.com, 2022)

- k. *Software* Adobe Photoshop CS6, aplikasi ini digunakan sebagai digitalisasi sketsa awal sekaligus pengaplikasian desain ke dalam *mockup* media yang dibutuhkan.



Gambar 28. Adobe Photoshop CS6
(<https://www.ristofa.com/2016/11/fungsi-dan-kegunaan-semua-tool-pada-adobe-photoshop.html>, 2022)

3. *Media Plan*

Media digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang secara luas dengan memperhatikan segmentasi pasar yang sesuai target, sehingga mampu menunjang keberhasilan perancangan identitas pada buku digital ini. Media yang digunakan antara lain:

a. Media Utama

Media utama untuk perancangan buku digital ini diwujudkan dalam bentuk *flipping book*, yaitu buku digital dalam format 3D yang bisa dibuka-buka atau *flipping*. Hasil akhir dari *flipping book* ini dapat berbasis offline dan online. Desain untuk setiap halamannya memiliki konsistensi yang kuat agar dapat menyatu satu sama lain, berfokus pada isi buku dengan didukung adanya tipografi, ilustrasi, dan *layout* yang menarik sesuai *trend* pasar.

b. Media Pendukung

- 1) *Sign Board*, merupakan sebuah media promosi yang sering disebut dengan reklame. Tujuannya untuk mempublikasikan visi dan misi prodi DKV Usahid Surakarta di hadapan khalayak.
- 2) *Sign System*, adalah sistem penandaan yang disesuaikan dengan kebudayaan audiensnya sebagai petunjuk, penamaan, penyampaian informasi singkat maupun peraturan yang dipakai pada tempat tertentu dan dapat dimengerti oleh audiensnya.
- 3) *Icon Pictogram*, adalah tampilan suatu objek atau gambar yang merepresentasikan fungsi dari objek itu sendiri. Tujuan diciptakan

icon mata kuliah DKV yaitu untuk mempermudah audiens dalam mengenal objek yang dimaksud melalui bantuan visual berupa gambar *icon* yang mewakili mata kuliah tersebut.

- 4) Poster, yaitu desain grafis non digital atau dalam bentuk cetak, dapat berupa desain yang sama dengan e-poster namun pengaplikasiannya melalui media cetak yang ditempel pada permukaan medianya.
- 5) *Roll Banner*, adalah media pengaplikasian desain secara cetak berupa MMT. Informasi yang dimuat boleh sama dengan brosur hanya saja tampilannya disesuaikan dengan layout yang ada.
- 6) Kalender, sebagai *merchandise* sekaligus *stationery* yang bermanfaat untuk pengingat tanggal dan agenda sehari-hari.
- 7) Jam Dinding, sebagai *merchandise* yang bermanfaat untuk pengingat waktu sehari-hari dan sebagai *wall decor*.
- 8) Stiker, adalah kertas bergambar yang digunakan dengan cara ditempel pada bidang datar, cocok digunakan sebagai *merchandise* karena sekaligus menjadi media promosi apabila ditempelkan pada tempat yang mudah dilihat orang lain.
- 9) Kaos, adalah salah satu jenis pakaian yang dapat digunakan sebagai media promosi saat kegiatan tertentu dan sekaligus bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari.
- 10) *Tote Bag*, adalah tas kanvas yang digunakan sebagai pengganti tas plastik pada umumnya. *Tote Bag* digunakan sebagai *merchandise* sekaligus untuk mendukung media promosi produk.