

BAB III

ANALISIS DATA & KONSEP PERANCANGAN

Setelah mengidentifikasi dan memperoleh data pada bab sebelumnya maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Hal ini sangat membantu sebagai landasan menentukan konsep perancangan yang akan digunakan pada bab selanjutnya.

A. Analisis Data

1. Segmentasi

a. Demografis

- 1) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- 2) Usia : 20-40 tahun
- 3) Kelas sosial : Menengah keatas
- 4) Agama : Semua agama
- 5) Profesi : Mahasiswa/pekerja

2. Geografis

Berdasarkan geografis target market dari Tiwul Ayu Indrokilo adalah masyarakat yang berdomisili di daerah kota Boyolali Jawa Tengah.

3. Psikografis

Berdasarkan data demografis di atas dapat disimpulkan bahwa target market dari Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo adalah masyarakat yang ekonominya menengah keatas yang menyukai hidangan tradisional yang berasal dari kota Boyolali dengan kualitas yang baik dan harga yang cukup

terjangkau dan tentunya terbuat dari bahan yang aman apabila dikonsumsi oleh tubuh.

4. *Behavior*

Behavior merupakan tingkah laku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Pada segmentasi ini adalah masyarakat yang mempunyai kebiasaan membeli makanan ringan untuk menemani saat bekerja ataupun pada saat meminum teh pada sore hari.

5. USP (*Unique Selling Proposition*)

Sebuah produk harus memiliki citra sendiri untuk menempati posisi dibenak masyarakat, sehingga nantinya mudah untuk dikenali. Desain kemasan pada Tiwul Ayu Indrokilo akan menjadi diferensiasi antara produk tiwul ini dengan produk tiwul yang lain, agar masyarakat dapat membedakan identitas produk Tiwul Ayu Indrokilo sendiri.

Dalam perancangan ini Tiwul Ayu Indrokilo berupaya meningkatkan ketertarikan konsumennya agar menjadikan produk ini sebagai pilihan pertama atau satu satunya di kota Boyolali. Keunikan yang menjadi kelebihan dari Tiwul Ayu Indrokilo yang tidak dimiliki oleh kompetitornya adalah yang pertama, memberikan harga yang terjangkau untuk kalangan mahasiswa maupun umum, yang kedua memberikan konsep atau rancangan yang mengutamakan kualitas dan ke higienisan, dan yang ketiga menggunakan topping dengan kualitas premium yang melimpah dan bentuknya yang seperti gunung berapi menjadikan tiwul dengan tampilan menarik apabila dibandingkan dengan tiwul yang lainnya.

6. ESP (*Emotional Selling Proposition*)

Pemasaran yang difokuskan kepada perasaan emosional konsumen yang dapat menimbulkan sebuah pendapat mengenai produk yang akan dibeli. Emosional pada konsumen adalah dengan mengajukan berbagai jenis pertanyaan yang dapat membaginya menjadi pertanyaan positif dan negatif. Konsumen yang menjadi poin penjualan yang berarti emosi konsumen mempengaruhi keputusan konsumen, untuk akhirnya membeli produk tersebut. Emosional selling proposition berupa sebuah kalimat yang mudah untuk diingat dan dapat masuk diperasaan konsumen dan akan menimbulkan rasa untuk membelinya. *Emotional Selling Proposition* (ESP) yang digunakan pada Tiwul Ayu Indrokilo membuat konsumen merasa senang dengan sajian tampilan bentuk dan topping tiwul yang unik dan banyak serta berjutuan ketika konsumen melihatnya maka emosi perasaannya akan tertarik dan akan membelinya.

7. *Positioning*

Positioning dalam perancangan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo adalah dengan melakukan *redesign* pada logo Tiwul Ayu Indrokilo sebelumnya. Menggunakan logo gambar atau logo simbol dimana logo gambar menggunakan salah satu ikon yang ada pada Kebun Raya Indrokilo Boyolali yang berbentuk seperti sebuah benteng yang tinggi dan kokoh sebagai dasar logonya. Ikon yang digunakan nantinya akan dimodifikasi sehingga memiliki bentuk seperti benteng dan daun. Ikon merupakan representasi fungsi utama benteng yaitu sebagai pelindung, yang mana

benteng tersebut melindungi kualitas dan menjadi sebuah ciri khas yang dimiliki oleh Tiwul Ayu Indrokilo yang selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas dan tidak menggunakan bahan tambahan pengawet. Untuk daun merepresentasikan bahwa bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan makanan tradisional tersebut berasal dari singkong.

Logo yang akan di *redesign* menggunakan gaya visual *flat design* yang mana pada gaya visual ini tidak menggunakan bayangan, tekstur dan *gradient* sehingga memiliki gaya karakter yang tampak seolah-olah menyatu dengan latarnya. Logo tersebut dibuat semirip mungkin dengan karakteristik dari Tiwul Ayu Indrokilo. Menggunakan jenis *font* yang memiliki kesan eksklusif, dan *personality* kuat yang mewakili Tiwul Ayu Indrokilo. Logo yang akan di *redesign* menggunakan warna sebelumnya dari logo Tiwul Ayu Indrokilo yaitu cream dan biru. Penggunaan dari warna tersebut memiliki kesan yang tenang dan sejuk yang bersahabat dan kenyamanan.

Pada perancangan logo, penggabungan antara gaya visual *flat design* dan kesan eksklusif serta *personality* kuat yang dimiliki Tiwul Ayu Indrokilo maka logo yang dirancang akan sangat mudah untuk diaplikasikan diberbagai perangkat serta memudahkan konsumen untuk mengingat bentuk dari logo yang simple namun tetap terlihat eksklusif. Selanjutnya logo tersebut akan diaplikasikan ke dalam media promosi seperti *Instagram post* dan *story, roll up banner, banner, poster, t-shirt, sticker, topi, mug, kartu nama, dan apron.*

8. Strategi Kreatif

Merancang media utama, media pendukung serta merchandise tentu diperlukan suatu konsep kreatif yang dapat mempengaruhi pembeli agar lebih menarik. Dalam proses perancangan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo ini diperlukan strategi kreatif sehingga memberikan sebuah gagasan atau ide yang nantinya dapat membantu dalam proses perancangan. Maksud dan tujuan dari perancangan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo ini adalah untuk memperkenalkan Tiwul Ayu Indrokilo dikalangan masyarakat khususnya kepada kaum muda. Mengingat kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Tiwul Ayu Indrokilo sendiri kurang efektif, oleh karena hal tersebut muncul gagasan untuk mendesain ulang logo dari Tiwul Ayu Indrokilo serta media promosinya sebagai langkah dalam strategi kreatif. Strategi kreatif yang akan digunakan dalam proses perancangan ini adalah sebagai berikut :

a. Konsep Estetis

1) Visual

a) Warna

Warna memiliki fungsi untuk mempermudah konsumen mengenali identitas suatu brand. Warna yang akan digunakan dalam perancangan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo ini merupakan kombinasi dari beberapa warna yang akan diracik dengan sedemikian rupa dimana warna tersebut sama dengan warna yang sebelumnya digunakan pada Tiwul Ayu Indrokilo.

Pengaplikasian warna pada Tiwul Ayu Indrokilo menggunakan skema warna *analog* dimana warna tersebut dipilih dari warna yang dekat satu dengan yang lainnya pada *colorwheel*. Kombinasi skema warna ini sering ditemukan di alam yang memberikan kesan serasi, tenang dan nyaman. Berikut ini adalah warna yang dipilih dalam proses perancangan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo. Penggunaan warna ini diharapkan mampu untuk meningkatkan *brand awareness* Tiwul Ayu Indrokilo.



Gambar 11. Contoh palette Warna

Sumber :

https://www.google.com/search?q=palet+warna&rlz=1C1CHWL_enID1015ID1015&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiKz82dysH5AhWHSgwGHRZKBrwQ_AUoAXoECAEQAw (diakses pada 13 juli 2022)

b) Tipografi

Tipografi merupakan komponen yang paling ampuh untuk mengkomunikasikan visual branding. fungsi dari tipografi adalah mempertajam pesan, mengatur *mood* dan mempresentasikan sebuah *brand*. Dalam proses perancangan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo akan dipilih jenis tipografi *Sans Serif*. Font yang memiliki ciri tidak mempunyai garis-garis

kecil, bersifat solid dan tampak terlihat lebih tegas. Tipografi jenis *Sans Serif* yang digunakan adalah font Eras Bold ITC. Font ini memiliki kesan simpel, modern, bersih, efisien dan familiar pada berbagai visual. Sehingga cocok digunakan untuk sebuah perusahaan yang ingin membangun brand *awareness*.

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀÁ
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyzàáéîöøü&
1234567890(\$£.,!?)**

41

Gambar 12. Contoh font Eras Bold ITC

Sumber :

https://www.google.com/search?q=font+eras+bold&rlz=1C1CHWL_enID1015ID1015&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiBuJvXysH5AhX8TmwGHZVAAC0Q_AUoAnoECAEQBA&biw=1280&bih=601&dpr=1.5#imgrc=sUK3G6pLm8823M (diakses pada 13 Juli 2022)

c) Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur tata letak dua dimensi yang memiliki maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Pada proses perancangan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo ini menggunakan jenis ilustrasi Logogram dan Logotype. Logogram dari Tiwul Ayu Indrokilo merupakan ilustrasi dari gambar benteng dalam bentuk icon, sedangkan untuk logotype dalam logo ini bertuliskan “Tiwul Ayu Indrokilo” menggunakan typeface unik yang jarang sekali

dipakai dan agar dapat diingat oleh konsumen sesuai dengan tema utama Tiwul Ayu Indrkilo.



Gambar 13. Contoh ilustrasi logogram dan logotype

Sumber :

https://www.google.com/search?q=logogram+dan+logotype&rlz=1C1CHWL_enID1015ID1015&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjy78SIy8H5AhVvSGwGHUMIAGQQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1280&bih=601&dpr=1.5#imgsrc=uLyxRb-sySx-eM (diakses pada 13 Juli 2022)

d) Layout

Layout merupakan desain tata letak. Suatu susunan, rancangan, atau tata letak ruang dari sebuah elemen yang sengaja didesain untuk bisa ditempatkan dalam suatu bidang yang sebelumnya telah direncanakan terlebih dahulu sistemnya. Dalam materi visual branding yang digunakan dalam mempromosikan Tiwul Ayu Indrokilo menggunakan jenis layout Picture Window Layout yang merupakan jenis layout

yang menampilkan tata letak bergaya vertikal yang didominasi oleh gambar berukuran besar dibagian atas dengan judul dan penjelasan judul berada dibagian bawah. Dipakai untuk iklan dan brosur yang ingin menampilkan detail produk dengan penjelasan terkait produk.



Gambar 14. Contoh Picture Window Layout

Sumber :

https://www.google.com/search?q=picture+window+layout&rlz=1C1CHWL_enID1015ID1015&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjV6-LLy8H5AhUHZWwGHQ34A_gQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1280&bih=601&dpr=1.5#imgsrc=KpNGUeOsOIK27M (diakses pada 13 Juli 2022)

b. Konsep Verbal

- 1) *Headline* merupakan judul iklan. *Headline* biasanya dibuat dengan kata-kata yang singkat dan jelas. *Headline* pada Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo adalah kata “TIWUL AYU INDROKILO”. *Headline* merupakan konsep verbal yang paling ditonjolkan karena *headline* akan dibaca pertama kali oleh pelanggan. Biasanya menggunakan ukuran font paling besar sehingga pelanggan akan

dengan mudah untuk membacanya dari kejauhan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Tiwul Ayu Indrokilo.

2) *Bodycopy*

Bodycopy merupakan elemen yang paling banyak memberikan informasi terhadap topik bahasan setelah *audience* membaca *headline* dan sub judul. *Bodycopy* pada Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo adalah keterangan varian rasa yang dijual Tiwul Ayu Indrokilo seperti mix keju dan coklat, coklat, keju, dan gula merah.

3) Slogan

Slogan merupakan kata-kata kejutan pembangkit selera yang cukup mudah diingat untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk yang dijual oleh sebuah perusahaan. Slogan pada Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo adalah “Tiwulku Semanis Koe” yang dapat diartikan bahwa rasa dari tiwul yang manis dan gurih seperti orang yang sudah membelinya dan merasakan kelezatan dari Tiwul Ayu Indrokilo. Disajikan secara langsung lebih hangat dan nikmat.

4) *Baseline*

Baseline merupakan bagian umum yang berupa identitas, penyampaian informasi yang tidak perlu menggunakan font yang besar. *Baseline* berisi kontak dan situs yang dapat dihubungi oleh *customer* untuk memperoleh informasi lebih lanjut tentang perusahaan tersebut. *Baseline* pada Visual Branding Tiwul Ayu

Indrokilo antara lain adalah nama dari akun media sosial dari Tiwul Ayu Indrokilo, alamat lengkap toko Tiwul Ayu Indrokilo, nomor telepon aktif yang dapat dihubungi dan alamat email dari Tiwul Ayu Indrokilo.

c. Konsep Teknis

Dalam proses perancangan ini membutuhkan alat sebagai sarana untuk membuat sketsa dan pewarnaan. Penggunaan alat sangat dibutuhkan untuk membantu proses pembuatan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo, baik itu berupa *hardware* maupun *software*. Alat yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

1) *Hardware*

Hardware atau yang biasa disebut juga sebagai alat perangkat keras merupakan komponen komputer yang memiliki bentuk fisik yang berkaitan dengan *software*. *Hardware* yang digunakan adalah sebagai berikut :

a) *Laptop HP Pavilion 14-ec0013AU*

Laptop merupakan alat yang paling penting dalam proses pembuatan Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo. Yang nantinya akan digunakan untuk mengolah aplikasi *editing*, dan *design*. Spesifikasi dari *laptop* tersebut adalah sebagai berikut :

- Windows 10 Home Single Language 64
- AMD Radeon Graphics
- AMD Ryzen 5 processor

- A sleek laptop built for amazing entertainment
- 16GB DDR4-3200 MHz RAM



Gambar 15. Laptop

Sumber :

https://www.google.com/search?q=laptop+hp&rlz=1C1CHWL_enID1015ID1015&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjrm9Txy8H5AhXvTmwGHQxWDjYQ_AUoAnoECAEQBA&biw=1280&bih=601&dpr=1.5 (diakses pada 13 Juli 2022)

b) Mouse

Mouse yang berguna untuk membantu dan memudahkan proses pembuatan desain dan media yang akan di aplikasikan.



Gambar 16. Mouse

Sumber :

https://www.google.com/search?q=mouse&rlz=1C1CHWL_enID1015ID1015&oq=mouse&aqs=chrome..69i57j46i67i131i433j0i67j0i67i433j0i

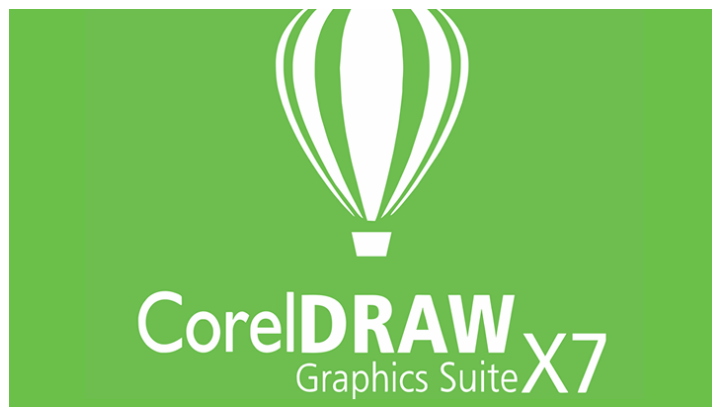
*67i131i433j0i67j0i433i512j0i131i433i512l2j0i433i512.2904j0j9&source
id=chrome&ie=UTF-8 (diakses pada 13 Juli 2022)*

2) *Software*

Software atau biasa disebut juga dengan perangkat lunak dengan kata lain merupakan bagian sistem komputer yang tidak berwujud, termasuk program atau aplikasi yang ada didalam komputer yang digunakan untuk membantu proses pembuatan dari Visual Branding Tiwul Ayu Indrokilo. Beberapa software yang digunakan adalah sebagai berikut :

a) Corel Draw x7

Fungsi utama dari Corel Draw adalah untuk mengolah gambar, oleh karena itu banyak digunakan pada bidang publikasi, percetakan atau bidang lain yang membutuhkan proses visualisasi.



Gambar 17. Software Coreldraw

Sumber :

*[https://www.google.com/search?q=coreldraw&rlz=1C1CHWL_enI
D1015ID1015&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjlx](https://www.google.com/search?q=coreldraw&rlz=1C1CHWL_enI D1015ID1015&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjlx)*

qinzMH5AhXFS3wKHToiAwkQ_AUoAXoECAIQAw (diakses pada 13 Juli 2022)

9. Media Plan

Media plan merupakan sebuah rencana untuk kegiatan mengkomunikasikan pesan terhadap audiens dengan cara mengaplikasikan hasil desain dari Visual Branding ke beberapa media seperti sebagai berikut :

a. *Instagram post dan story*

Instagram post dan story berfungsi sebagai sarana atau media untuk mempromosikan produk dari Tiwul Ayu Indrokilo pada media sosial *Instagram*.

b. Apron atau celemek

Apron atau celemek merupakan kain yang digunakan untuk melindungi bagian depan dari badan. Sebagai lapisan yang paling luar yang menutupi badan depan, apron juga dapat digunakan sebagai pakaian seragam. Visual Branding yang sudah jadi tersebut nantinya akan diaplikasikan pada apron yang berfungsi sebagai identitas dari Tiwul Ayu Indrokilo

c. *Sticker*

Sticker merupakan media informasi visual yang berupa lembaran kecil kertas ataupun plastic (*vynil*) yang ditempelkan. Bagian dari sisi lainnya terdapat perekat untuk bisa ditempelkan pada permukaan benda sehingga *sticker* dapat digunakan sebagai identitas perusahaan. Tiwul

Ayu Indrokilo dapat menggunakan *sticker* sebagai media promosi dengan cara memberi *sticker* tersebut kepada *customer* yang sudah membeli produk di Tiwul Ayu Indrokilo.

d. *X banner*

Banner jenis ini cocok digunakan untuk menampilkan *image* dari perusahaan karena *banner* ini tampak kokoh yang terbuat dari bahan *flexy* yang mampu berdiri dengan tegak. *X banner* ini berbentuk vertical dan memiliki stand bertentuk menyilang yang menyerupai huruf X.

e. Poster

Poster merupakan karya seni yang memadukan antara unsur gambar dan kata-kata yang dibuat pada kertas yang berukuran besar supaya lebih mudah untuk dibaca banyak orang yang bertujuan untuk memberikan informasi, mengajak dan menghimbau banyak orang untuk melakukan sesuatu seperti apa yang digambarkan atau dituliskan pada poster tersebut yang akan ditempel didepan perusahaan.

f. *T-shirt*

T-shirt merupakan jenis pakaian yang menutupi Sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Visual Branding yang sudah jadi tersebut nantinya akan diaplikasikan pada *t-shirt* yang berfungsi sebagai identitas dari Tiwul Ayu Indrokilo.

g. *Mug*

Mug adalah sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman yang panas. *Mug* juga dapat digunakan sebagai media promosi dari sebuah perusahaan.

h. Topi

Topi adalah suatu jenis penutup kepala. Topi dapat digunakan sebagai media promosi. Visual Branding yang sudah jadi tersebut nantinya akan diaplikasikan pada topi yang berfungsi sebagai identitas dari Tiwul Ayu Indrokilo.