

## **BAB III**

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

Pengumpulan melakukan identifikasi data pada Omah Burjo Sukoharjo yang terkumpul pada bab sebelumnya, data-data ini akan sebuah acuan pada pembuatan konsep data dan strategi kreatif pada *environmental graphici design* omah burjo sukoharjo.

#### **A. ANALISA DATA**

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

###### **a. Demografi**

Usia	: 17-35 tahun
Jenis kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Agama	: Semua agama
Ekonomi	: Menengah kebawah
Pendidikan	: SMA – Perguruan Tinggi

##### **2. Geografis**

Wilayah Kabupaten Sukoharjo. kecil dari Indonesia namun memiliki jumlah penduduk banyak. Masyarakat yang memiliki konsumen yang dapat menjadi sasaran yang tepat sebagai informasi desain kemasan.

##### **3. Psikografis**

Masyarakat yang berusia 17-35 tahun yang memiliki rasa ingin tahun yang menginginkan jajanan, kuliner atau makanan, kualitas rasa enak semua

lapisan masyarakat yang membutuhkan waktu dan tempat sehingga mendapatkan kesegaran tubuh.

#### **4. Behavior**

Masyarakat yang berusia 17-35 tahun yang menyukai makanan yang bergizi.

#### **B. Unique Selling Point (USP)**

Usp merupakan ciri khas dari produk atau jasa suatu dengan yang lainnya . Memiliki tempat yang strategis yaitu terletak di dekat jalan raya dan memiliki fasilitas serti wifi gratis, toilet, mushola serta ada spot foto.

Omah burjo ini termasuk burjo yang baru saja berdiri belum begitu familiar sama burjo lainnya, akan tetapi omah burjo selalu berusaha agar meningkatkan promosinya biar terkenal di masyarakat sekitar sukoharjo dan sebagai tempat nongkrong anak muda di sukoharjo.

Di omah burjo ini menyediakan tempat duduk ataupun lesehan bisa sesuai kemauan yang di pilihnya.

#### **C. Emotional Selling Propostion (ESP)**

Esp merupakan emosi konsumen yang di gunakan untuk menjual suatu produk.

Emosi yang digunakan untuk perancangan ini di tunjukkan kepada emosi konsumen yang ingin memiliki rasa nikmat terhadap kuliner makanan dan minuman yang mereka konsumsi, tempatnya sih nyaman kadang kalo rame penuh gak ada tempat kalo mau nunggu pasti lama dan kalo penuh sampai gak

bisa parkir, apalagi kalo hujan pasti yang di depan maupun di samping pasti kena hujan mau neduh pasti tempatnya penuh, apa lagi kalo nunggu ke toilet pasti lama.

#### **D. Positioning**

Suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk, merek, perusahaan, individu atau dalam alam pikir yang dianggap sasaran konsumennya. Menanamkan di konsumen, perancangan kemasan sebagai media visual branding dapat dinikmati oleh berbagai konsumen, pada tema dan konten yang diangkat serta teknik gambar kemasan. Perancangan kemasan sebagai media visual branding ini menggunakan gaya visual vintage yaitu desain yang memiliki ciri khas bentuk yang desain zaman dulu dan memiliki beragam warna dan bentuk kemasan yang tentunya sesuai dengan makanan. Gambar-gambar tersebut di kemasan dengan prinsip dasar kemasan sehingga gambar kemasan kesederhanaan bentuk. Perancangan di harapkan mampu di jadikan media cetak yang ini tidak hanya membuat, tetapi juga mengenalkan perancangan kemasan sebagai media visual branding yang media kemasan yang menampilkan desain visual yang vintage menarik dan ringan yang terkonsep dan penekanan pada desain kemasan sehingga sebagai media.

Gaya vintage merupakan sesuatu yang dikenal untuk untuk memberikan ciri khas tertentu yang sesuai dengan popularitas sesuai zamannya. Kata gaya dalam bahasa Inggris adalah style yang berarti jenis tertentu atau semacam, jenis mengacu pada bentuk, penampilan, atau karakter. Gaya sebagai

identitas sebuah perancangan yang menggambarkan pengaruh jaman atau asal usul dan aktifitas pengguna (Tejo & W, 2014, p. 108)

Konsep yang akan digunakan dalam perancangan promosi Environmental Graphic Design Omah Burjo Sukoharjo menggunakan gaya Vintage. Desain Vintage menurut kamus Oxford sendiri ialah karya desain baru yang mengacu pada gaya desain tempo dahulu (Putera & Swasty, 2017, p. 200). Sedangkan menurut Lutfi Hasan dalam Tejo & W, (2014, p. 108) Mengatakan bahwa vintage style meliputi segala sesuatu yang 100 Gambar 5. Ilustrasi pada iklan (Sumber : Sofyan Salam 2017) 16 tahun lebih tua dari sekarang. Pengertian lain yang dikemukakan Anggraini, (2013, p. 11) mengenai Vintage adalah desain yang mengambil ide dari gaya jaman dulu, baik warna maupun gaya grafis.

Gaya desain vintage adalah bentuk atau tampilan desain yang dibuat menyerupai dengan gaya yang mengacu pada jaman dahulu, baik bentuk warna dan lain sebagainya. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan keunikan tersendiri pada karya desain yang dirancang. Selain itu audience yang melihat bisa tertarik dan dapat membawanya pada suasana masa lalu yang dapat menimbulkan rasa ingin kembali pada masa tersebut. Sehingga apabila audience ingin merasakan suasana masa lalu.

## **E. Strategi Kreatif**

### **1. Konsep Kreatif**

Strategi kreatif adalah perancangan media utama, media pendukung serta merchandise tentu diperlukan konsep kreatif yang dapat mempengaruhi pembeli agar lebih menarik. Strategi kreatif yang akan digunakan ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Media perancangan kemasan**

Pemilihan media utama perancangan kemasan karena memberikan informasi tentang Omah Burjo desain kemasan yang bentuk ilustrasi, tulisan dan desain media promosi cetak yang feminim. Menciptakan brand image Omah Burjo Sukoharjo yang memiliki target audience awal dengan membuat desain kemasan dan desain media promosi cetak yang tepat.

#### **2. Pembuatan konsep dan materi kemasan**

Kemasan yang akan dibuat untuk produk-produk dari Omah Burjo adalah kemasan praktis, higienis, dan ekonomis tetapi juga dapat modern sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan dan disampaikan.

#### **3. Gaya Desain**

Perancangan kemasan yang digunakan adalah kemasan modern, dengan tidak banyak menggunakan warna dan menekankan pada desain yang simple (simplicity). Gaya ini memadukan

keseimbangan antara ilustrasi dan tipografi. Alasan penggunaan gaya desain ini agar memberikan kesan modern dan eksklusif serta elegan, yang ditunjukkan dengan kesederhanaan desain (simple).

## **2. Konsep Visual**

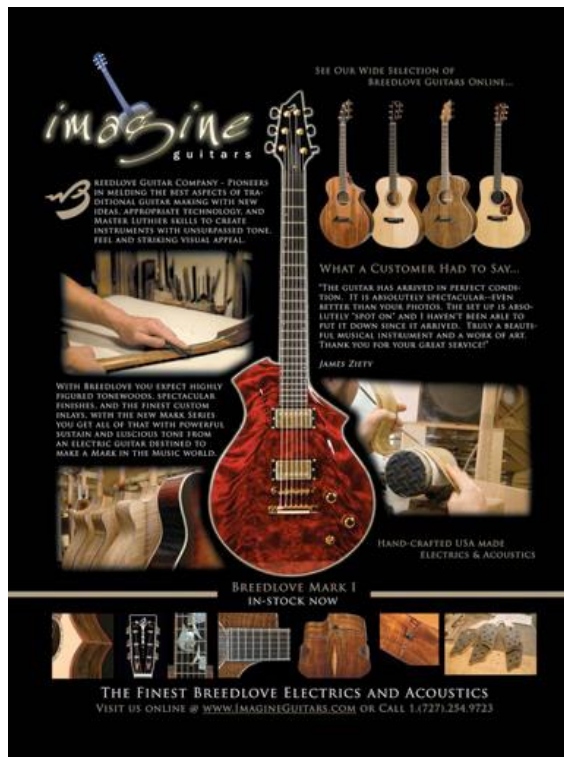
Berikut ini merupakan beberapa penjelasan dari unsur-unsur visual yang ada pada perancangan ini.

### **a. *Layout***

Amborse & Harris (dalam Anggraini, Lia & Nathalia, 2014:74) mendefinisikan Layout sebagai penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Secara umum, layout merupakan tata letak ruang atau bidang. Berdasarkan pengertian tersebut, layout merupakan tata letak bidang yang berupa penyusunan elemen-elemen desain untuk membentuk susunan desain yang artistik. Layout terdiri dari beberapa elemen yaitu teks, elemen visual atau grafis seperti garis, bentuk, warna dan Nila Ardana Harahap, Jurnal Barik, Vol. 1 No. 3, Tahun 2020, 50-63 55 sebagainya.

Layout axial adalah tata letak elemen- elmen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya dan dalam hal topik ini adalah media computer. Elemen- elmen yang bisa digunakan dalam layout sebuah situs tidak jauh berbeda dengan elemen yang digunakan dalam desain media cetak, seperti titik, garis, bidang, warna

tipografi, dan tekstur. Tujuan berbagai elemen tersebut ada dalam layout adalah menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat serta untuk tujuan kenyamanan pengunjung dalam membaca dan mencari informasi di situs tersebut. Layout situs yang baik juga harus memperhitungkan kemudahan navigasi serta estetika dari tiap halamannya., memiliki tampilan visual di kuat, serta elemen pendukung yang saling berkaitan. Jenis Layout yang digunakan dalam *Enivromental Graphic Desagin* adalah layout axial, memiliki tampilan visual di kuat, serta elemen pendukung yang saling berkaitan.



**Gambar 19.** Contoh Layout Axial

Sumber : (<https://bag220.wordpress.com/2012/03/16/layout/>)

## **b. *Tipografi***

Tipografi merupakan hal yang sering ditemui oleh manusia dalam hal yang berhubungan dengan desain. Hal ini merujuk pada peran tipografi yang sebagai pengantar komunikasi dari ide kepada audience atau pembaca. Unsur-unsur tipografi dapat ditemukan dalam koran, majalah, poster, brosur, dsb. Tipografi tidak dapat dipisahkan dalam membuat desain yang dapat memudahkan pembaca dalam membaca maksud serta ide atau pesan yang ingin disampaikan. Danton Sihombing mengemukakan bahwa Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif (Sihombing, 2001: 58). *Typography* merupakan elemen penting dalam membangun impresi audiens. Melalui sebuah teks, pesan atau informasi dapat tersampaikan secara efektif dan gamblang. Akan tetapi, durasi untuk menarik perhatian audiens sangatlah singkat. Suatu *brand* perlu menarik atensi dari para target *customer* dalam waktu yang terbatas tersebut. Oleh karena itu, *typography* harus dibuat unik dan *eye catching*.

Tipografi yang di gunakan dalam environmental graphic design omah burjo adalah jenis font Melcondia mudah di baca dari kejauhan memberikan kesan unik dan biar bisa menarik pengunjung anak muda.

Tipografi yang ke dua Tahoma hurufnya tipis dan mudah di baca.





ABEDEF GHIJKL M  
NOPQRSTU VWXYZ  
0123456789

**Gambar 20.** Contoh font Melcondia  
Sumber : (<https://www.dafont.com/>)



ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

**Gambar 21.** Contoh font Tahoma  
Sumber : (<https://www.dafont.com/>)

### **c. Warna**

Warna yang digunakan dalam perancangan ini mengambil warna kalem yang bertujuan agar terlihat lebih modern dan minimolasi sesuai dengan konsep dan daya visual yang telah ditentukan. Warna yang diambil juga tidak ingin meninggalkan warna lama sesuai dengan ciri khas dari omah burjo yaitu warna merah dan putih. Selain warna tersebut juga akan ditambah dengan warna lain seperti warna marron, coklat muda, putih dan

hitam dengan tujuan agar lebih terlihat modern dan minimalis dan tidak merubah ciri khas warna.



**Gambar 22.** Contoh Palet warna

Sumber : (<https://id.pinterest.com/pin/648588783850725799/>)

a. Ilustrasi

Perancangan kemasan ini berupa kumpulan ilustrasi dari bahan-bahan pembuatan produk omah burjo yang dipilih berdasarkan proses identifikasi data. Ilustrasi yang terdapat dalam perancangan kemasan adalah sebagai berikut :



**Gambar 23.** Contoh kemasan vintage  
(<https://id.pinterest.com/pin/1049831363110353342/>)



**Gambar 24.** Contoh Kemasan Vintage  
(<https://id.pinterest.com/pin/296604325472352467/>)

## **b. Konsep Teknis**

Berbagai peralatan yang digunakan dalam pembuatan ini antara lain adalah sebagai berikut :

### **a. Laptop Acer Aspire 5**



**Gambar 25** Laptop Acer Aspire 5  
([www.google.com](http://www.google.com))

- Peralatan yang digunakan dari awal sampai tahap akhir yang berguna untuk membuat dan mengedit dengan bantu aplikasi yang berada dalam perangkat lunak tersebut. Laptop ini menggunakan Prosesor : Intel Core i3-1005G1, Processor (4M Cache, up to 3.40 GHz), RAM : 4 GB, DDR4 SDRAM, HD webcam : 1280 x 720 resolution, Windows 10 Home 64-bit.

## b. Corel Draw 2020

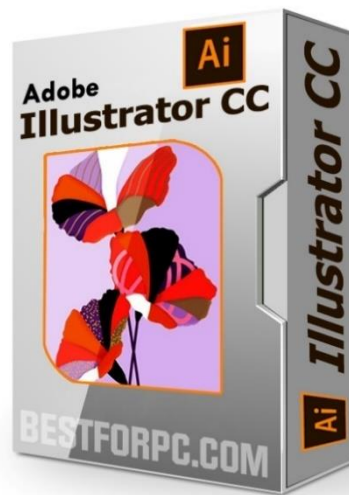


**Gambar 26.** Corel Draw 2020  
([www.google.com](http://www.google.com))

- CorelDraw adalah editor grafis vector yang dikembangkan dan dipasarkan oleh Corel Corporation dari Ottawa, Kanada. CorelDraw Graphics Suite 2020, terdapat 7 Aplikasi Utama yang masing-masing memiliki Fungsinya tersendiri. Berikut 7 Aplikasi tersebut beserta Fungsinya:
  - CorelDRAW 2020 : Vector illustration dan page layout.
  - Corel PHOTO-PAINT 2020 : Pengedit Gambar dan Program desain berbasis pixel
  - PowerTRACE : Tracing gambar bitmap ke vector menggunakan teknologi AI (termasuk bagian dari Aplikasi CorelDRAW)
  - Corel Font Manager : Eksplorasi Font dan Manajemen alat

- CorelDRAW.app : Ilustrasi vektor online dan desain grafis melalui Web Browser
- AfterShot 3 HDR : RAW photo editor
- CAPTURE : Aplikasi penangkap layar (hanya tersedia di windows)

### c. Adobe Illustrator 2020



**Gambar 27.** Adobe Illustrator 2020  
([www.google.com](http://www.google.com))

- Adobe Illustrator adalah sebuah *software* buatan perusahaan Adobe. Aplikasi ini memiliki fungsi menciptakan karya graifs. Karya-karya yang bisa buat di antaranya logo, ikon, ilustrasi, kemasan produk, tipografi hingga iklan besar di billboard. Fungsi dan kegunaan dari software Adobe Illustrator ini sangat beragam, tergantung Basic dan kemampuan eksplorasi dari desainer grafis ingin mengolah gambar desain seperti apa. Secara rinci

beberapa karya desain multimedia yang dihasilkan dari Adobe Illustrator ialah:

1. Desain Konten Media
2. Desain Aplikasi
3. Logo
4. Watermark
5. Desain Website/Blog
6. Desain Ilustrasi
7. Desain Icon
8. Billboard, Spanduk, dan Bener
9. Desain Tabel, Grafik, dan Diagram
10. Desain Kartun

### **3. Media Plan**

Media Pendukung digunakan sebagai cara mempromosikan hasil dari sebuah rancangan. Media Pendukung juga menjadi salah satu factor keberhasilan promosi suatu produk. Sehingga dipilihlah beberapa media pendukung yang digunakan, yaitu sebagai berikut :

#### **a. Media Utama**

- 1) Exhibition design merupakan desain sebuah untuk menata sebuah ruang agar menjadi lebih berkesan. Penataan ruang tersebut bertujuan untuk menciptakan suatu kesatuan, yang dapat menjadikan interaksi pengunjung

menjadi lebih terencana *enviornmental graphic design* Omah Burjo Sukoharjo.

## **b. Media Pendukung**

### 1) Roll Banner

Salah satu media informasi dan promosi sama seperti spanduk. bedanya, Roll Banner ini berbentuk vertikal dan memiliki stand berbentuk menyilang yang menyerupai. Media yang merupakan membantu perusahaan untuk memberi informasi kepada setiap orang yang melihatnya seperti banner toko-toko, bank, mall, event produk dan jualan makan sampai lain mempunyai banyak banner.

### 2) Stiker

Stiker adalah suatu tampilan berupa gambar maupun tulisan atau kata-kata yang ditujukan bagi penerima atau pembacanya, Stiker merupakan salah satu media komunikasi yang banyak diminati penggunaannya, selain simple, unik, pesan yang disampaikan melalui stiker menjadi lebih menarik. media penunjang branding yang sangat sederhana, dan stiker berfungsi bukan hanya dekorasi atau hiasan aja Faktanya, stiker cukup populer bagi konsumen segala usia dan sangat efektif untuk memperluas jangkung pasar. Salah satu keuntungannya adalah dalam dunia stiker dipakai untuk memperkenalkan satu sama omah burjo.



3) Kaos

Kaos sangat cocok banget dipilih media promosi merchandise, karena lingkungannya yang luas, maksudnya dengan media kaos, langkah untuk mengenalkan logo brand lebih bebas. media dapat digunakan sesuka, sebesar mungkin tiap harinya, dan beraktivitas kesana kemari, secara tidak media kaos sebagai langkah promosi.

4) Mug

Mug sebagai media promosi yang nantinya akan diberikan kepada pelanggan atau pengunjung dengan layanan tetap dengan menggunakan bahan sesuai ukuran yang telah ditentukan.

5) Celemek

Tampilan logo pada celemek diletakkan dibagian atas agar mudah dilihat.

6) Kemasan

Tampilan logo pada kemasan diletakkan bagian atas agar mudah dilihat pertama kali.

7) Poster

Poster dipilih untuk mempromosikan Omah Burjo Sukoharjo nanti, masyarakat bahwa pada tempat ini merupakan untuk melihat informasi.

8) Icon Pictogram

Tampilan suatu objek atau gambar yang merepresentasikan fungsi dari objek itu sendiri.