

BAB III

ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Tahapan sebelumnya yaitu melakukan pengumpulan data studi dokumentasi dan observasi langsung ke Nawa Outdoor yang bermanfaat untuk menentukan konsep buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor. Data yang dikumpulkan akan dianalisa untuk menentukan konsep perancangan dan konsep kreatif pada bab selanjutnya.

A. Analisa Data

1. Segmentasi

Perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor memiliki target audience untuk kalangan masyarakat dari anak-anak hingga dewasa khususnya yang berjiwa *adventure* dan suka menjelajah lingkungan baru dan menantang, berikut adalah pertimbangan yang ditentukan untuk target audience :

a. Demografi

Umur	: 15 – 45 Tahun
Jenis kelamin	: Laki – laki dan Perempuan
Agama	: Semua Agama
Tingkat Ekonomi	: Ekonomi Menengah
Pendidikan	: SMP – Kuliah

b. Geografi

Wilayah geografis dalam jangkauan segmentasi dari Nawa Outdoor meliputi kecamatan Jebres, Solo dan sekitarnya. Kota Solo letaknya di antara 3 gunung yaitu gunung Merapi, Merbabu, dan Lawu. Sehingga banyak para pendaki yang berpeluang untuk berkunjung ke Nawa Outdoor.

c. Psikografi

Ketertarikan atau minat yaitu sebagai keinginan untuk mengetahui sesuatu. Psikografi atau ketertarikan yang dimiliki konsumen Nawa Outdoor yaitu orang yang menyukai sesuatu yang praktis tanpa harus melakukan sesuatu yang menyusahkan. Tanpa harus membeli, hanya dengan cara menyewa konsumen bisa menggunakan peralatan dengan praktis dan tidak perlu untuk pembersihan ataupun pemeliharaan. Nawa Outdoor memberikan pelayanan penuh dengan cara menjelaskan cara bagaimana menggunakan peralatan dengan baik dan benar. Sehingga konsumen keluar dari toko sudah mengerti cara menggunakan peralatan dengan baik dan benar. Karena ini menjadi salah satu alasan konsumen tertarik dengan Rental Nawa Outdoor.

d. Behavior

Kepribadian atau tingkah laku seorang individu adalah sifat yang berkembang dari waktu ke waktu. Behavior atau tingkah laku yang dimiliki oleh para konsumen Nawa Outdoor memiliki sifat yang ceria, ramah dan selalu ingin mencoba hal yang baru dan menyukai tantangan.

Nawa Outdoor membuat konsep persaudaraan dengan cara memperlakukan konsumen seperti saudara, mulai dari membuatkan minum sampai memperbolehkan untuk bersantai di toko. Sehingga konsumen merasa nyaman dan menjadi daya tarik bagi konsumen.

2. USP (*Unique Selling Propotion*)

USP merupakan keunikan atau diferensiasi yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa. Keunikan atau diferensiasi produk Nawa Outdoor yaitu peralatan yang selalu dalam keadaan bersih dan baru. Peralatan yang sekiranya sudah tidak bagus akan dijual. Sehingga konsumen merasakan kepuasan memakai barang yang bagus. Nawa Outdoor juga menjual peralatan *classic camp* yang sangat jarang dijual di toko lainnya. Peralatan *classic camp* di Nawa Outdoor terdiri dari kerajinan tangan dari pemilik Nawa Outdoor dan peralatan yang dibuat oleh pabrik. Ini yang menjadi diferensiasi Nawa Outdoor dengan pesaingnya.

3. ESP (*Emotion Selling Propotion*)

Emosi yang dimunculkan bagi konsumen Ketika menggunakan produk Nawa Outdoor yaitu munculnya perasaan yang mewakili Ketika menggunakan peralatan Nawa Outdoor. Ketika menyewa peralatan di Nawa Outdoor mendapatkan beberapa bonus mulai dari sticker sampai kaos bertemakan *adventure* tergantung berapa sering pelanggan menyewa dan berapa banyak barang yang disewa. Ini membuat konsumen bangga dengan menggunakan sticker, kaos atau benda lain yang bertemakan *adventure*.

4. Positioning

Dalam pengumpulan data karakter segmentasi diatas, kesimpulannya adalah Nawa Outdoor memiliki keunggulan dalam pelayanan dan produk yang selalu bersih dan baru. Serta lokasi yang strategis yaitu diantara 3 gunung dan lingkungan mahasiswa, maka penyampaian gaya visual yang digunakan dalam perancangan buku elektronik sebagai media promosi Nawa Outdoor ini menggunakan gaya visual *Flat Design* yang mengutamakan kombinasi warna yang cerah. *Flat design* menggunakan palet warna yang cerah, sederhana, dan seringkali terdiri dari warna-warna solid. Penggunaan warna yang kuat membantu menciptakan kontras yang jelas antara elemen-elemen desain. Flat design adalah gaya desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan pada fungsi. Desain yang dipergunakan pada gaya desain ini adalah desain grafis yang lebih bersih, tekstur yang tajam, berfokus pada tipografi, warna-warna cerah dan ilustrasi dua dimensi. Untuk layout menggunakan *Picture Window Layout* dan *Multi Panel Layout*. Kedua layout ini sesuai untuk sebuah katalog produk.

B. Strategi Kreatif

Agar perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor sebagai media promosi di Nawa Outdoor benar-benar berfungsi dan dirasakan manfaatnya bagi audience, maka diperlukan

sebuah strategi kreatif. Beberapa strategi kreatif yang digunakan sebagai berikut:

1. Konsep Estetis

Karya ini dirancang dalam bentuk digital katalog yang memuat informasi semua produk yang disewakan dan dijual oleh Rental Nawa Outdoor, diperlukan sebagai strategi maupun konsep kreatif memenuhi aspek yang diinginkan sehingga bermanfaat bagi segmentasi yang telah di targetkan. Berikut dua macam pendekatan terhadap audience, yaitu pendekatan visual dan verbal sebagai pedoman bentuk kreatif dari pesan yang ingin disampaikan.

a. Strategi Visual

Berikut beberapa penjabaran dari beberapa unsur visual yang ada pada perancangan ini:

1) Layout

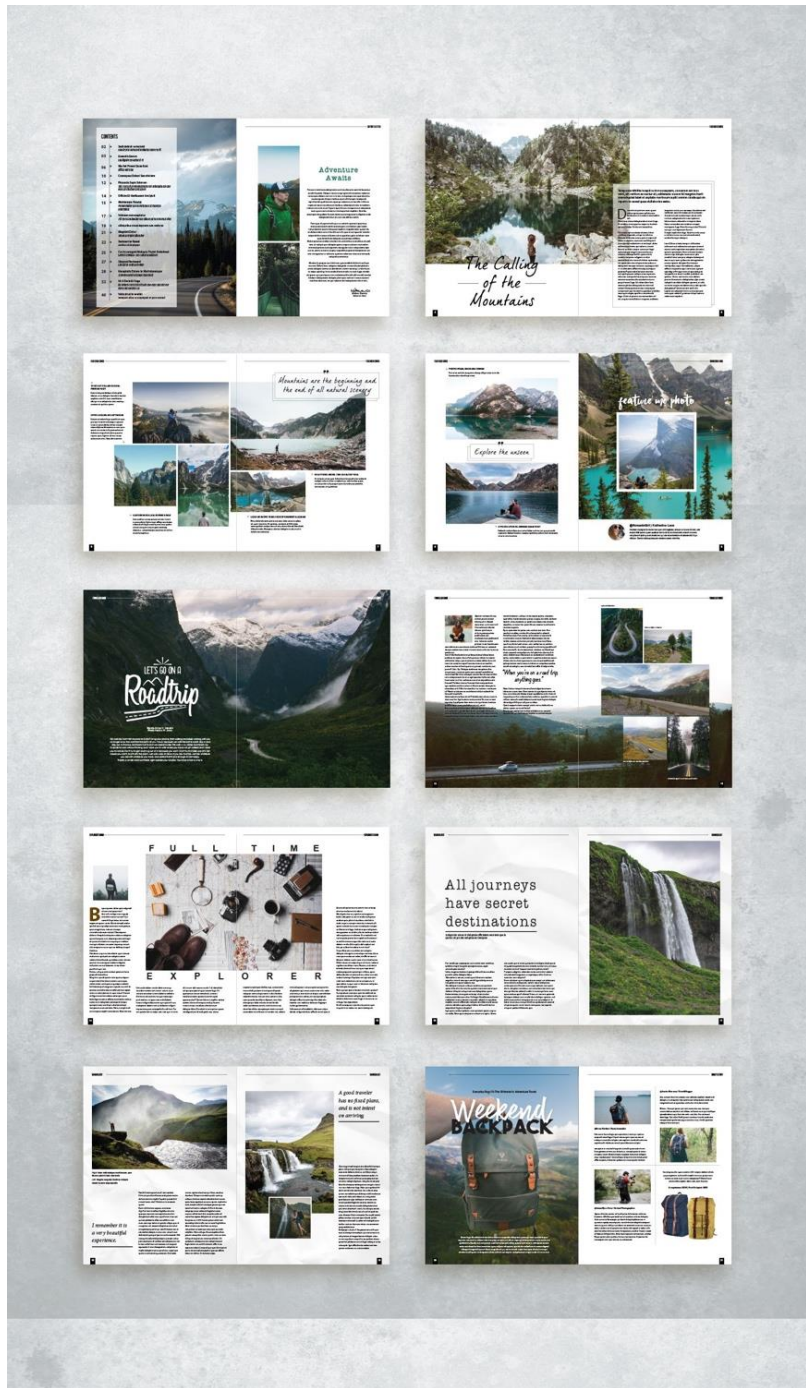
Picture Window layout yaitu tampilan ilustrasi atau gambar yang besar mendominasi bidang layout menjadi ciri utama dalam layout. Ciri layout ini terletak pada ilustrasi atau gambar.



Gambar 8. Layout gaya adventure

Sumber: (<https://id.pinterest.com/pin/419468152788812994/>)

Ditampilkan secara *close up* dengan *headline* atau keterangan di bagian sisanya. Multi panel layout yaitu layout yang penyajiannya dibagi menjadi beberapa tema visual dalam bentuk yang sama, seperti panel square, double square, circle, dan lainnya.

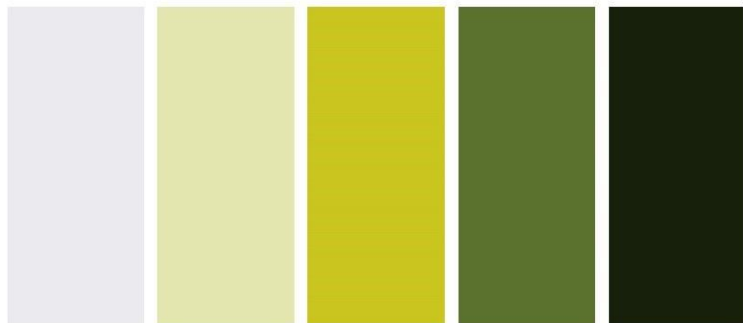


Gambar 9. Panel layout Gaya Adventure Magazine

Sumber: (<https://id.pinterest.com/pin/627267054363045071/>)

2) Warna

Pemilihan warna memiliki tujuan menyampaikan pesan serta mempunyai sifat psikologis yang mampu mempengaruhi mood seseorang, jenis warna yang digunakan pada rancangan ini menggunakan warna yang memiliki karakteristik cerah. Warna utama yang digunakan adalah kuning yang memiliki arti energi, menambah semangat, memberikan antusiasme dan optimism yang besar. Menggunakan warna pendukung hijau memiliki arti lambing arti dari alam, lingkungan kehidupan dan kesuburan. Hitam memiliki arti segan dan hormat.



Gambar 10. Palet Warna

Sumber: (<https://www.rumahpopuler.com/cat-rumah-warna-hijau-lumut>)

3) Tipografi

Tipografi yaitu seni Menyusun huruf pada ruang untuk memaksimalkan tingkat keterbacaan oleh pembaca baik menggunakan perbedaan ukuran, jenis huruf, maupun warna. Tipografi yang digunakan pada perancangan ini yaitu font river

adventure merupakan jenis san-serif, dipilihnya font ini karena memiliki tingkat keterbacaan yang jelas dan memiliki karakter yang sesuai dengan alam dan dapat diterapkan pada headline.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

Gambar 11. Font River Adventurer

Sumber: (<https://fontesk.com/river-adventurer-font/>)

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Gambar 12. Font Metropolis Medium

Sumber: (1001fonts.com/metropolis-font, 2022)

4) Ilustrasi

Merupakan penciptaan tampilan dalam sebuah visual design yang berguna untuk mengenalkan identitas serta memperkuat citra

ataupun diferensiasi sebuah produk. Ilustrasi dalam perancangan buku elektronik sebagai media promosi Nawa Outdoor solo yaitu menggunakan ilustrasi fotografi. Jenis fotografi produk berfokus pada Teknik *hard selling* dan *soft selling* yang mendukung dalam rancangan ini. Selain menggunakan jenis fotografi tersebut, diperlukan juga Teknik sebagai berikut:

a) *Hard Selling*

Hard selling adalah teknik fotografi dimana hanya fokus kepada objek produk langsung atau close up.



Gambar 13. Foto Produk(Hard Selling)

Sumber: (<https://id.pinterest.com/pin/ATKLFm11gn0ioU7q>)

b) *Self Selling*

Self selling adalah Teknik fotografi yang mengutamakan keselarasan objek dan subjek, kebutuhan, informasi dan kepercayaan pelanggan.

- b) Low angle adalah pengambilan gambar pada sudut rendah.



Gambar 16. Low Angle

Sumber : (<http://benlevy.com/4images/img28626.htm>)

- c) High angle adalah pengambilan gambar pada sudut tinggi atau dari atas objek.



Gambar 17. High Angle

Sumber: (<https://www.pinterest.co.kr/pin/270286415126884084/>)

Serta menggunakan shot yang beragam, antara lain:

- a) Medium shot adalah objek menjadi lebih besar dan dominan, objek manusia ditampilkan dari atas pinggang sampai atas kepala.



Gambar 18. Medium Shot

Sumber:(<https://www.pinterest.co.kr/pin/48976652821/>)

- b) Medium *close up* adalah shot dekat, objek diperlihatkan dari bagian dada sampai atas kepala.



Gambar 19. *Medium Close Up*

Sumber: (<https://www.pinterest.co.kr/pin/633387440220540/>)

- c) *Close up* adalah shot sangat dekat, digunakan untuk menekankan emosi dan objek menjadi titik perhatian, juga bertujuan untuk memperlihatkan detail objek.



Gambar 20. *Close Up*

Sumber:

https://id.pinterest.com/pin/663929170085078338/feed-back/?invite_code=a4ba1720a8a6411e8e0fa3b07fdb010b&sender_id=949063458882685013

Menggunakan beberapa jenis dan berbagai teknik, angle, shot diharapkan dapat membuat tampilan katalog produk menjadi menarik.

b. Strategi Verbal

1) *Headline*

Headline adalah judul utama atau unsur yang paling terlihat dari aspek sebuah karya. *Headline* dapat menjadi daya tarik

pertama kali bagi pembaca. Headline yang digunakan dalam perancangan buku elektronik sebagai media promosi yaitu “THE PRODUCT CATALOGUE”, dalam isi buku menggunakan headline produk Nawa Outdoor

2) *Sub Headline*

Subheadline merupakan kelanjutan dari *headline* yang menjelaskan makna atau arti dari *headline* dan biasanya memiliki karakter yang lebih panjang dari judulnya. *Subheadline* yang digunakan dalam perancangan yaitu “Nawa Outdoor”

3) *Body copy*

Bodycopy merupakan suatu bagian untuk menerangkan atau menjelaskan secara lengkap dan detail tulisan yang ingin disampaikan. *Bodycopy* pada perancangan ini menjelaskan tentang detail produk yang disewakan dan dijual Nawa Outdoor di Solo. Terdapat penjelasan mengenai informasi setiap produk yang disewakan dan dijual seperti kualitas bahan, detail kecil dan harga produk.

4) *Baseline*

Baseline merupakan aspek yang berada paling akhir sebagai informasi tambahan, seperti penerapan di perancangan ini

yang berisi tentang alamat website, sosial media, nomor kontak atau informasi tambahan

2. Konsep Teknis

Hal pertama yang dilakukan sebelum perancangan ini adalah melakukan observasi mengenai latar belakang dan pencarian data lain yang berkaitan dengan produk Nawa Outdoor untuk mendukung perancangan yang akan dibuat. Setelah mengumpulkan data, selanjutnya menganalisa data dan menyusun konsep visual dan verbal, lalu membuat sketsa penempatan layout dengan laptop menggunakan *software* photoshop. Setelah pembuat layout selesai merapikan sketsa dengan proses digitalisasi dan diaplikasikan dalam media. Konsep teknis dalam perancangan ini memerlukan beberapa alat yang digunakan untuk pembuatan karya dari awal hingga akhir menggunakan alat dan *software* sebagai berikut:

a. HP Laptop 14- cm0xxx

AMD Ryzen 5 2500U with radeon vega mobile

8.00 Gb DDR 4

1000 GB SSD

AMD RADEON Grafik



Gambar 21. Laptop Hp 14 – cm0xxx

Sumber: (<https://www.laptopsdirect.co.uk/>)

b. Mouse NYK Blackshark S80



Gambar 22. Mouse NYK Blackshark S80

Sumber: (nyk.co.id/gaming/mouse/nyk-s-80-blackshark, 2022)

c. Adobe Photoshop cc 2019



Gambar 23. Logo Adobe Photoshop Classic

Sumber: (adobe.com, 2022)

d. Adobe lightroom classic cc 2019



Gambar 24. Logo Adobe Lightroom Klasik

Sumber: (adobe.com, 2022)

e. Camera mirrorless Sony A-5000



Gambar 25. Kamera Mirrorless Sony A-5000
Sumber: (sony.com/electronics/compact-mirrorless-camera, 2022)

3. Media Plan

Media merupakan suatu yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang secara luas dengan memperhatikan segmentasi pasar yang sesuai dengan target sehingga mampu menunjang keberhasilan. Media yang digunakan dalam perancangan buku elektronik sebagai promosi Nawa Outdoor antara lain:

a. Media Utama

1) Katalog

Katalog adalah daftar koleksi sebuah pusat dokumentasi atau beberapa objek dokumentasi yang disusun sedemikian rupa menjadi satu kesatuan. Dapat diartikan juga bahwa katalog adalah media publikasi yang berisi daftar produk maupun layanan yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Katalog merupakan

media utama yang digunakan dalam perancangan fotografi sebagai media promosi tentang produk di Nawa Outdoor. Pemilihan katalog sebagai media utama karena merupakan media yang sederhana dapat diterima banyak kalangan. Katalog memiliki karakter yang bersifat informatif, komunikatif dan faktual. Katalog juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif dan efisien karena berisi informasi mengenai produk atau layanan yang rinci dan sederhana untuk memudahkan konsumen mendapat gambaran mengenai produk yang ditawarkan



Gambar 26. Katalog

Sumber : (pinterest.com/pin/434527064058629133, 2022)

2) Buku Elektronik Informasi Produk

Buku elektronik informasi produk merupakan salah satu strategi promosi yang populer karena mudah untuk di akses. Buku elektronik informasi produk adalah sebuah dokumen digital yang dibuat untuk memudahkan konsumen mempelajari sebuah produk atau layanan secara interaktif. Buku elektronik informasi produk merupakan media promosi untuk suatu produk yang berbasis multimedia, sehingga informasi suatu produk lebih interaktif, menarik, lebih lengkap dan lebih akurat.



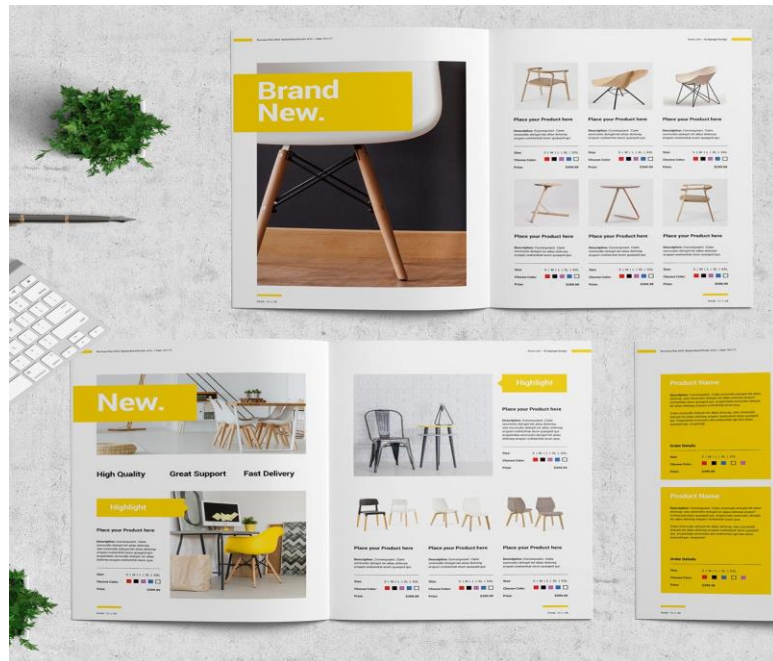
Gambar 27. Buku elektronik informasi produk

Sumber: (<https://id.pinterest.com/pin/716776096956284581/>)

3) Buku Elektronik Informasi Produk Cetak

Katalog cetak merupakan media cetak sarana promosi penjualan barang dan jasa yang biasanya diberikan kepada konsumen.

Ilustrasi Buku Elektronik Informasi Produk Cetak



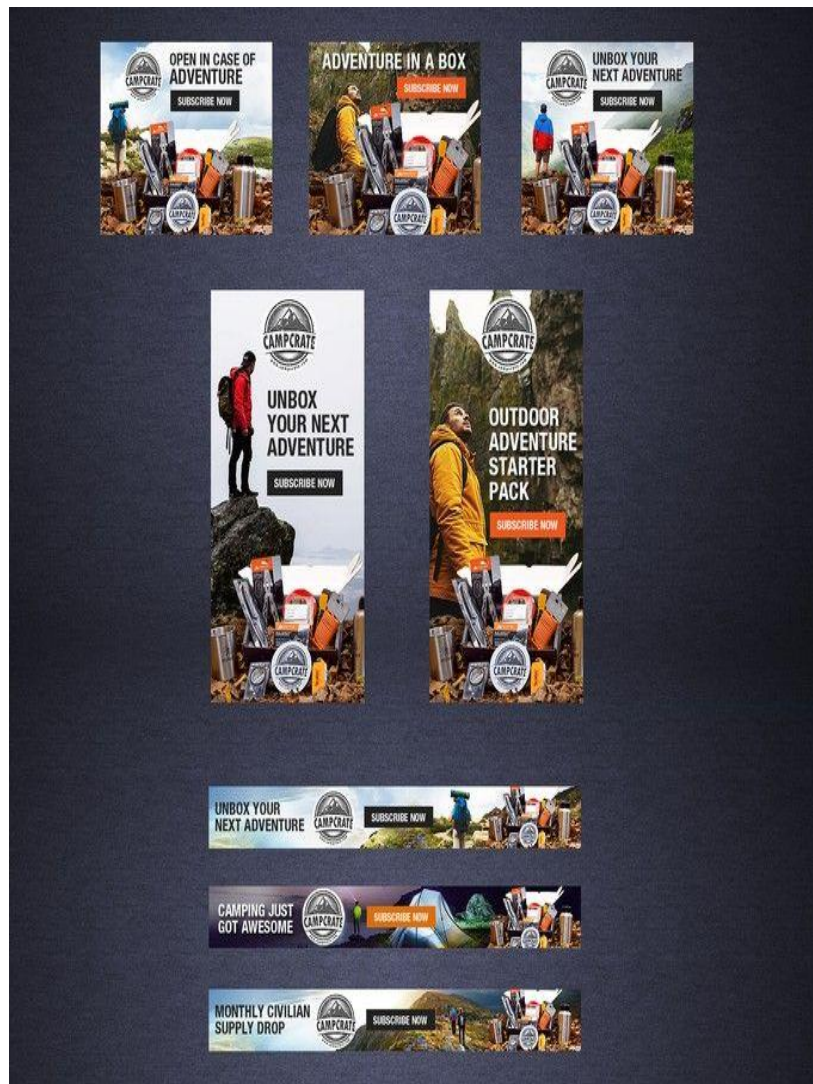
Gambar 28. Buku Elektronik Informasi Produk Cetak

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/413346072054078954/>

b. Media Pendukung

1) X Banner

Banner adalah suatu media informasi non personal yang berisi pesan promosi, baik itu untuk tujuan menjual ataupun untuk memperkenalkan sesuatu kepada konsumen. Banner salah satu media promosi yang dicetak dengan *digital print* yang umumnya berbentuk *portrait*.

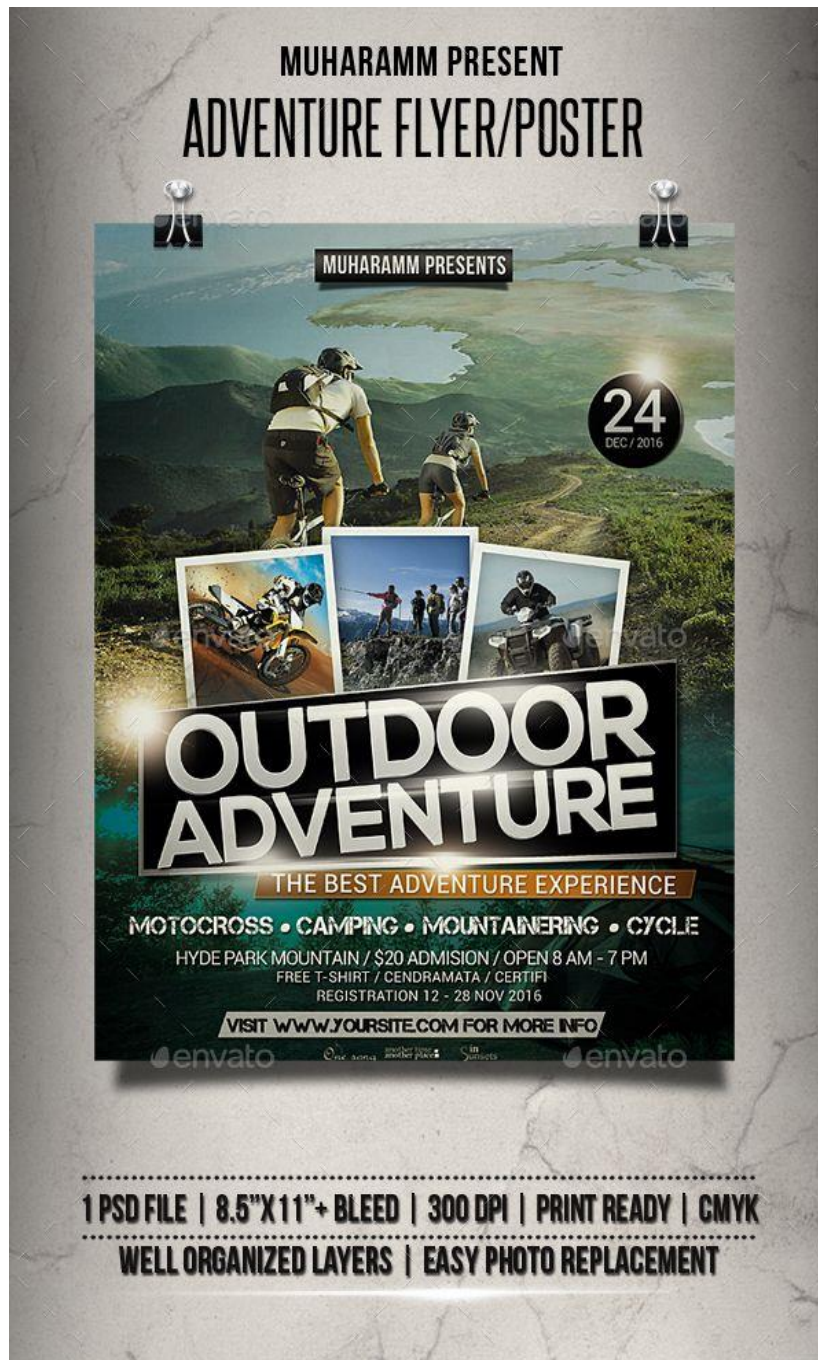


Gambar 29. X Banner

Sumber: (<https://id.pinterest.com/pin/341851427979241779/>)

2) Poster

Poster adalah suatu media publikasi yang memadukan antara tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak umum.

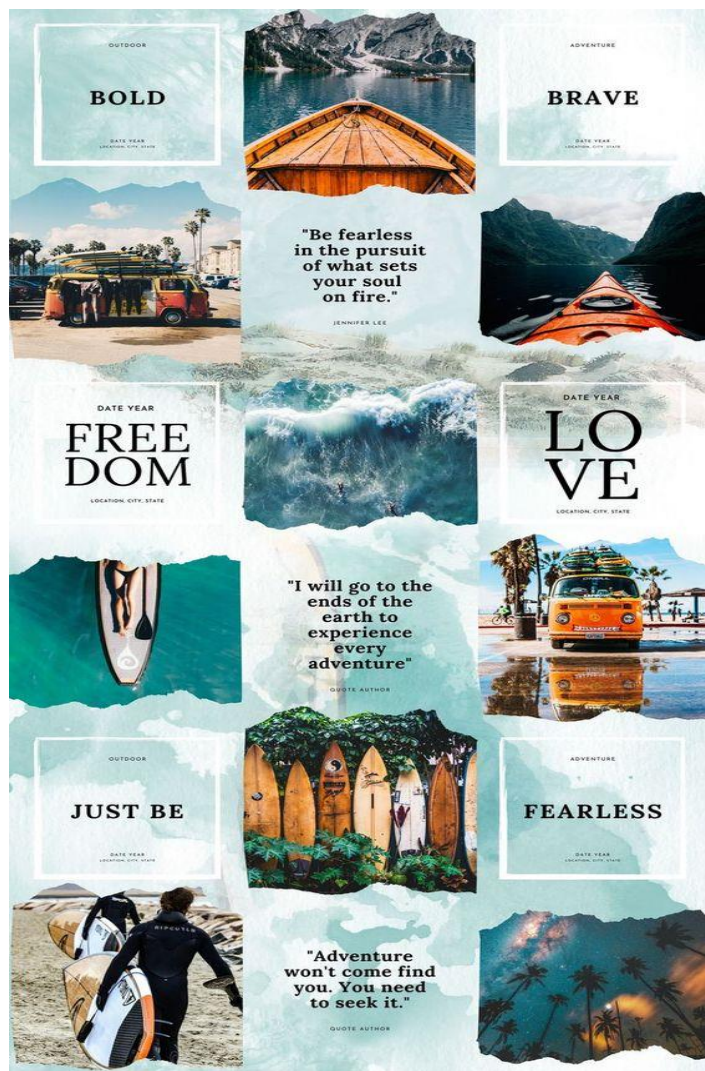


Gambar 30. Poster

Sumber : (<https://id.pinterest.com/pin/637892734736843197/>)

3) Feed Instagram

Feed Instagram merupakan media kabar beranda Instagram yang berisi tentang postingan video atau foto. Feed Instagram menjadi salah satu media promosi yang masih populer belakangan ini terlebih di kalangan remaja dewasa.



Gambar 31. Feed Instagram

Sumber: (<https://id.pinterest.com/pin/552605816792697641/>)

c. *Merchandase*

Merchandise merupakan media yang digunakan untuk memperkenalkan sebuah produk atau merek dalam banyak bentuk produk yang ditunjukkan sebagai hadiah dan ada beberapa yang diperjualbelikan. *Merchandise* yang digunakan dalam perancangan buku elektronik sebagai media promosi Nawa Outdoor antara lain:

1) Sticker

Stiker adalah media promosi yang aplikasinya ditempelkan pada produk sebagai identitas sebuah merek agar mudah dikenali oleh target market dan membedakan dengan pesaing.



Gambar 32. Sticker

Sumber: (<https://www.pinterest.co.kr/pin/155303887748264504/>)

2) Gantungan Kunci

Gantungan Kunci masih merupakan pilihan yang tepat untuk dijadikan media promosi. Selain biaya produksi yang sangat terjangkau, gantungan kunci sangat awet dan tahan lama, tidak mudah rusak dan dapat dibuat mengikuti gambar yang diinginkan. Desain yang menarik akan membuat gantungan kunci semakin disukai konsumen.



Gambar 33. Gantungan Kunci

Sumber : (<https://www.pinterest.co.kr/pin/155303887390530450/>)