

### **BAB III**

## **ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

Setelah melakukan identifikasi data pada Tahu Jemprit data-data yang terkumpul pada bab sebelumnya, data-data ini akan dijadikan sebuah acuan pada pembuatan konsep dan strategi kreatif pada perancangan desain booth Tahu Jemprit.

#### **A. Analisa Data**

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

Perancangan desain booth sebagai inovasi media promosi Tahu Jemprit Surakarta memiliki target audience yang diperuntukkan untuk kalangan penikmat jajanan streetfood dari anak-anak hingga dewasa khususnya yang suka dengan jajanan streetfood pedas sesuai dengan level pedas yang diinginkan, berikut adalah pertimbangan yang ditentukan untuk target audience:

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

- a. Umur : 12 – 22 Tahun
- b. Jenis kelamin : Perempuan dan Laki Laki
- c. Agama : Semua Agama
- d. Tingkat ekonomi : Menengah
- e. Pendidikan : SMP – Perguruan Tinggi

b. Geografi

Wilayah geografi yang berdasarkan dari segmentasi diatas yang sesuai dengan target audience wilayah Soloraya, karena ingin memperbesar nama untuk dikenal terlebih dahulu khususnya didaerah solo dan sekitarnya.

c. Psikografi

Ketertarikan atau minat yaitu sebagai keinginan untuk mengetahui. Psikografis atau ketertarikan yang dimiliki konsumen Tahu Jemprit yaitu orang yang gaya hidupnya tidak lepas dengan makanan apa lagi jajan jajanan streetfood khususnya yang pedas, di usia remaja hingga dewasa awal dimana usia tersebut sangat hobi dalam mengonsumsi jajanan streetfood karena dirasa lebih cepat dan efisien dalam penyajiannya.

d. Behavior

Behavior merupakan tingkah laku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Pada segmentasi ini adalah masyarakat yang mempunyai kebiasaan mengonsumsi atau membeli jajanan streetfood yang pedas untuk menemani dalam kondisi apapun salah satunya adalah cemilan disaat nongkrong.

2. USP (*Unique Selling Proposition*)

USP merupakan salah satu jenis dari komunikasi pemasaran dalam meningkatkan bisnis dan penjualan dengan cara kreatif, karena memberikan sebuah alasan yang berbeda kepada pelanggan agar memilih produk tersebut dibanding produk lainnya.

USP yang dimiliki Tahu Jemprit adalah satu-satunya outlet tahu pedas di Solo yang memiliki ciri khas level pedasnya sesuai keinginan calon pembelinya.

### 3. ESP (*Emotional Selling Proposition*)

ESP yang dimiliki Tahu Jemprit adalah keramahan para karyawan dalam melayani pembeli. Keramahan dalam melayani pembeli adalah salah satu hal yang dilakukan oleh Tahu Jemprit karena pembeli akan merasa dihargai dan merasa nyaman saat membeli produk di outlet tersebut karena jika pelayanan tidak ramah pembeli akan malas jika akan kembali ke outlet tersebut, selain itu juga pemberian level pedas yang diinginkan sesuai dengan selera konsumen sebagai bentuk memberikan yang terbaik buat calon konsumen Tahu Jemprit

### 4. Positioning

Positioning atau penyampaian gaya visual yang digunakan dalam perancangan desain booth Tahu Jemprit Surakarta sebagai inovasi media promosi maka bahasa visual yang tepat adalah bentuk bentuk sederhana dan warna warna yang lembut agar bisa menarik perhatian dan menggugah selera makan. Gaya visual yang dipakai adalah gaya vintage yang unik serta dapat menggugah selera makan dengan gaya sederhana namun mudah dipahami. Vintage adalah gaya desain yang memberikan suasana dan atmosfer ruang yang klasik dengan tambahan elemen dekorasi yang cenderung antik.

Positioning Tahu Jemprit berdasarkan konsumen yaitu konsumen yang gemar atau doyan makan makanan yang pedas. Oleh karena itu bahasa visual yang tepat adalah bentuk bentuk sederhana dan warna warna yang bisa menarik

perhatian dan menggugah selera makan. Gaya visual yang dipakai adalah gaya vintage yang unik serta dapat menggugah selera makan dengan gaya sederhana namun mudah dipahami.

## **B. Strategi Kreatif**

Merancang media utama dan media pendukung sangat diperlukan suatu konsep kreatif yang dapat meningkatkan penjualan agar lebih menarik.

Strategi kreatif yang akan digunakan sebagai berikut :

### 1. Konsep Estetis

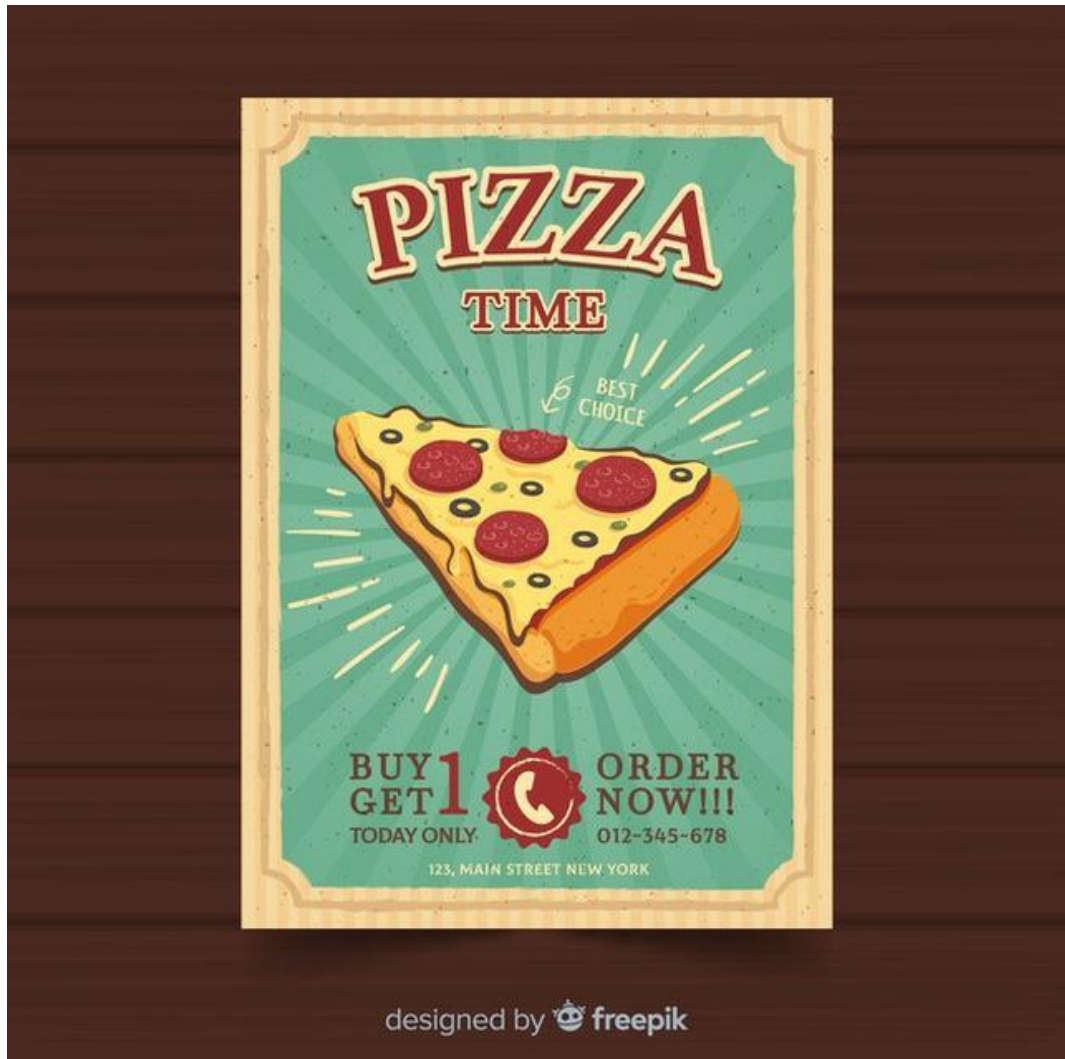
Karya ini dirancang dalam bentuk booth sebagai media promosi yang inovatif, selain untuk berjualan booth ini juga menjadi sarana promosi agar dikenal masyarakat luas. Diperlukan berbagai strategi maupun konsep kreatif memenuhi segala aspek yang diinginkan sehingga bermanfaat bagi segmentasi yang telah ditargetkan. Berikut dua macam pendekatan terhadap audience:

#### a. Strategi Visual

##### 1) Layout

Layout merupakan tata letak yang dipakai untuk mengatur sebuah komposisi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk pada konteks tertentu (Susanto, 2011 : 237). Layout berarti kegiatan menyusun, menata, mengatur, dan mengombinasikan unsur-unsur komunikasi grafis meliputi, teks, gambar, bidang, dan elemen desain menjadi tampilan visual yang estetis, menarik, dan persuasif. Jenis layout yang digunakan dalam perancangan

tugas akhir ini adalah axial layout, yang memiliki tampilan visual kuat di tengah halaman, di sertai elemen pendukung di sampingnya yang saling berkaitan.



Gambar 1. Contoh poster dengan Axial Layout  
Sumber : <https://wallpapersafari.com/w/fGE6ls>

## 2) Warna

Pemilihan warna merupakan hal yang sangat penting untuk menciptakan kesatuan dalam desain yang akan di buat, pemilihan warna menjadikan hal yang terpenting dalam mempengaruhi daya tarik sebuah benda atau karya atau desain karena dapat memberikan dampak kepada orang yang melihat.



Gambar 2. Palet Warna

Sumber : <https://vektor-ku.blogspot.com/2015/08/pallete-warna-vintage-style.html>

## 3) Tipografi

Typografi merupakan komponen yang paling sering digunakan untuk mengkomunikasikan perancangan desain, fungsi dari tyopografi adalah mempertajam pesan dan mempresentasikan sebuah desain dalam perancangan desain booth Tahu Jemprit. Jenis font yang digunakan adalah stensil

**A B C D E F**  
**G H I J K L M**  
**N O P Q R S T**  
**U V W X Y Z**

Gambar 3. Font Stensil

Sumber : <https://ar.pinterest.com/pin/689613761678444602>



Gambar 4. Font Whisholder

Sumber : <https://fontspace.io/whisholder-font/>



Gambar 5. Font Balford

Sumber : <https://www.behance.net/gallery/55133631/Balford-Font-And-Ornament>

#### 4) Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur yang memiliki maksud untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan secara visual. Ilustrasi merupakan elemen penting sebagai daya tarik dalam perancangan desain booth Tahu Jemprit. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan desain booth Tahu Jemprit adalah ilustrasi jenis kartun dengan kesan yang unik dan warna yang mencolok, outline tebal untuk mempertegas gambar. Pemilihan ilustrasi kartun dengan gaya yang sederhana agar mudah dipahami bagi calon konsumen.





Gambar 6. Ilustrasi Vintage

Sumber : [https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-food-labels-collection\\_28723417.htm#query=ilustration%20vintage%20food&position=4&from\\_view=search&track=ais](https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-food-labels-collection_28723417.htm#query=ilustration%20vintage%20food&position=4&from_view=search&track=ais)

#### b. Verbal

Pada perancangan desain booth ini menggunakan beberapa unsur verbal yang bertujuan untuk mendukung unsur visual. Berikut beberapa unsur verbal yang digunakan.

##### 1) Headline

Headline atau judul adalah hal yang paling menonjol dalam sebuah konten yang bertujuan untuk menarik perhatian orang agar mau membaca isi konten. Headline sebaiknya singkat dan jelas. Headline yang digunakan pada Tahu Jemprit adalah “Tahu Jemprit Spesial Tahu Pedas”

## 2) Bodycopy

Bodycopy adalah teks yang menguraikan detail dari produk. Bodycopy dalam perancangan desain booth ini adalah informasi mengenai produk Tahu Jemprit yang akan diiklankan

## 3) Slogan

Slogan adalah rangkaian kata yang dibuat agar selalu diingat orang. Slogan yang dipakai di perancangan ini adalah “Stay Cool Saat Kepedesan”

## 4) Baseline

Baseline adalah bagian penutup dari sebuah iklan, Baseline dalam perancangan ini adalah alamat lengkap dan sosial media dari Tahu Jemprit

## 2. Konsep Teknis

Perancangan desain booth ini membutuhkan alat sebagai sarana membuat sketsa dan desain. Proses ini dikerjakan dengan proses manual dan digital. Perancangan desain booth ini menggunakan alat sebagai berikut :

### a. Adobe Photoshop CS6



Gambar 7. Adobe Photoshop

Sumber : [https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Adobe\\_Photoshop\\_CS6\\_icon.png](https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Adobe_Photoshop_CS6_icon.png)

Adobe Photoshop yang digunakan adalah CS6 yang berfungsi untuk menciptakan karya grafis. Karya grafis yang dihasilkan yaitu bentuk vektor.

b. Sketch Book A4



Gambar 8. Sketch Book A4

Sumber : <https://store.ums.ac.id/atk/sketchbook-a4-25-sheet.html>

d. Pensil (Faber-Castell 2B)



Gambar 9. Pensil Faber-Castell 2B

Sumber : <https://faber-castell.co.id/castell-9000-pensil-ujian--2b>

Pensil 2B digunakan untuk membuat sketsa alasan pemilihan pensil 2B Faber castell karena awet dan nyaman untuk digunakan membuat sketsa.

### 3. Media Plan

#### 1. Booth

##### a. Alasan Pemilihan media

Booth merupakan media yang digunakan sebuah perusahaan atau organisasi untuk menjual produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat supaya lebih menarik minat untuk melakukan transaksi secara langsung, media booth dapat diibaratkan sebagai berjualan sekaligus sebagai promosi dengan desain booth yang menarik ditambah dengan tambahan gambar gambar visual atau tulisan yang bagus akan menarik perhatian orang untuk melihatnya.

##### b. Konsep Desain

Booth warna hitam dengan desain Tahu Jemprit di bagian tengah

##### c. Penempatan Media

Digunakan untuk berjualan Tahu Jemprit sebagai tempat berjualan dan juga promosi

#### 2. Kaos

##### a. Alasan pemilihan media

Kaos pada umumnya digunakan untuk menutupi bagian dari tubuh, seiring berkembangnya zaman, kaos menjadi populer dan sering digunakan dalam segala situasi karena dinilai lebih simpel dan tidak ribet, sehingga kaos menjadi salah satu media yang efektif untuk menyampaikan sebuah pesan karena mudah dilihat dan

selalu menjadi pusat perhatian khalayak umum, dengan menaruh desain yang paling efektif di bagian dada dan punggung.

#### b. Konsep Desain

Kaos warna hitam dengan sablon logo Tahu Jemprit di bagian dada dan sablon ilustrasi kartun Tahu Jemprit di bagian punggung

#### c. Penempatan Media

Digunakan para pekerja Tahu Jemprit sebagai seragam

### 3. Daftar Menu

#### a. Alasan Pemilihan Media

Agar pembeli bisa memilih daftar menu dan harga yang disediakan Tahu Jemprit.

#### b. Konsep Desain

Sebuah Art paper ukuran A4 yang dilaminating agar awet karena sering disentuh pembeli ketika memilih menu.

#### c. Penempatan Media

Dikasir Tahu Jemprit dan booth

### 4. Kemasan Makanan

#### a. Alasan Pemilihan Media

Saat ini keterbatasan tempat di outlet tersebut kebanyakan pembeli memilih untuk dibungkus atau take away. Untuk itu, kemasan menjadi sarana promosi yang juga berguna untuk memasarkan produk itu sendiri, dengan desain kemasan yang unik tentunya pelanggan dapat dimajikan dengan kemasan yang menarik sehingga

pelanggan bisa membuat kebutuhan insta story di media sosial, dan disitulah bisa menjadikan sebuah promosi.

#### b. Konsep Desain

Kemasan kertas berbentuk kotak dengan logo Tahu Jemprit dan dibagian belakang diberikan slogan No 1 Spesial Tahu Pedas, dibagian bawah diberi detail media sosial dan nomor whatsapp agar pembeli bisa mencari tahu lebih lanjut tentang Tahu Jemprit atau memberikan kritik dan saran.

#### c. Penempatan Media

Ketika pembeli memilih untuk take away

### 5. Apron

#### a. Alasan Pemilihan Media

Untuk melindungi tubuh dari noda makanan saat memasak sekaligus sebagai fashion agar terlihat lebih keren.

#### b. Konsep Desain

Apron berwarna hitam dengan sablon logo Tahu Jemprit dibagian depan.

#### c. Penempatan media

Digunakan oleh pekerja Tahu Jemprit

### 6. Poster

#### a. Alasan Pemilihan Media

Untuk media promosi agar bisa dilihat calon konsumen

#### b. Konsep Desain

Poster background dominasi biru motif grunge

#### c. Penempatan Media

Ditempelkan ditembok atau sejenisnya

1. X Banner

a. Alasan pemilihan Media

Digunakan Sebagai sarana informasi untuk khalayak saat melintas atau melihat.

b. Konsep Desain

X banner dengan gaya vintage dominasi warna biru

c. Penempatan Media

Ditempatkan pada depan booth yang dapat dilihat secara langsung bagi orang yang melihat atau melintas