

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang ini industri kuliner di Indonesia, merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan hanya produk konsumsi semata melainkan sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Saat ini bisnis kuliner menjadi usaha yang memerlukan kreativitas dan inovasi. Kuliner berubah menjadi sebuah industri yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Adanya perubahan gaya hidup di kalangan masyarakat yang lebih konsumtif disertai dengan meningkatnya daya beli masyarakat juga menyebabkan bisnis di bidang kuliner semakin meningkat dari waktu ke waktu seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah Dan Besar Tahun 2007 – 2010.

| Tahun | Usaha / perusahaan |                 | Rata – rata tenaga kerja |
|-------|--------------------|-----------------|--------------------------|
|       | Jumlah             | Pertumbuhan (%) |                          |
| 2007  | 1,615              |                 | 27                       |
| 2008  | 2,235              | 38.39           | 27                       |
| 2009  | 2,704              | 20.98           | 27                       |
| 2010  | 2,916              | 7.48            | 27                       |

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2013

Atila dan Fisun (2014) mengemukakan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih jenis restoran atau tempat makan, yaitu :

*Service quality and staff attitude* (kualitas pelayanan dan sikap karyawan).

1. *Product quality and hygiene* (kualitas produk dan tingkat kebersihan).

2. *Adventurous* menu (adanya keberagaman jenis makanan)
3. *Price and value* (harga dan menu)
4. *Atmosphere and activity* (suasana dan fasilitas)
5. *Healthy food* (makanan sehat)
6. *Location and appearance* (lokasi dan tampilan)
7. *Smoke* (tersedianya area merokok)
8. *Visibility* (kejelasan)

Berdasarkan data lapangan yang telah di paparkan diatas pengusaha semakin kreatif, pengusaha melihat peluang dan semakin menggemari usaha berbentuk kedai, kedai disini diartikan sebagai istilah tempat makan atau minum dengan ukuran yang tidak besar, padahal dalam KBBI kedai adalah tempat untuk berjualan dan tidak terdapat spesifikasi ukuran atau jenis barang yang di perjual belikan. Seiring berjalannya waktu kedai berkembang sangat pesat dan memiliki jenis yang beragam, contohnya kedai kopi, kedai teh, kedai susu, dan kedai makanan yang namanya dibuat se-unik mungkin untuk menarik minat pelanggan.

Kedai teh saat ini mulai di gemari oleh para pembisnis, karena banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih meminum teh di kedai teh langsung. Menikmati teh di kedai teh telah menjadi gaya hidup dikalangan masyarakat Indonesia. Teh merupakan minuman yang mengandung kafein, namun berbeda dengan kopi dimana kafein merupakan senyawa utama. Kafein pada teh hanya merupakan senyawa ikutan, itulah sebabnya kadar kafein teh lebih rendah daripada kafein pada kopi. Pada masa modern ini varian teh semakin berkembang, menurut hasil pengamatan di lapangan, saat ini *Thai tea* merupakan minuman olahan dari teh yang sedang *trend* di masyarakat.

Fenomena maraknya kedai teh juga sudah merambah hingga ke kota Boyolali. Boyolali merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Pusat administrasi berada di Kemiri dan Mojosongo, terletak sekitar 25 km sebelah barat Kota Surakarta. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Semarang, Kota Salatiga dan Kabupaten Grobogan di utara Kabupaten

Sragen, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sukoharjo, dan Kota Surakarta di timur, Kabupaten Klaten dan Daerah Istimewa Yogyakarta diselatan, serta Kabupaten Magelang dan Kabupaten Semarang di barat.

Perkembangan kedai teh dilihat dari kondisi dilapangan sudah menjamur di mana mana, hanya saja untuk daerah kecamatan kemusu belum terlalu banyak kedai teh yang dapat di jumpai. Salah satu kedai teh yang terdapat di daerah Kemusu Boyolali adalah kedai *Thai Tea* Serasa Ngetea. Lokasi lebih tepatnya di daerah Genengsari RT 01 / RW 01, Kemusu Boyolali.

*Thai Tea* Serasa Ngetea merupakan bisnis personal yang bergerak dibidang minuman cepat saji. *Thai Tea* Serasa Ngetea didirikan pada 04 Nopember 2019. Menu yang di unggulkan dari kedai *Thai Tea* Serasa Ngetea adalah produk *Thai Tea*. *Thai Tea* merupakan varian teh khas asal negeri *Thailand*. Meskipun memiliki nama *outlet* dengan awalan *Thai Tea*, *Thai Tea* Serasa Ngetea tidak hanya menjual varian teh khas *Thailand* saja, tetapi terdapat juga varian minuman dengan bahan dasar kopi, cokelat dan santan.

Dalam pemenuhan kebutuhan, konsumen akan memilih tempat berbelanja yang dianggap dapat memuaskan kebutuhannya. Semakin ketatnya persaingan bisnis terutama yang berasal dari perusahaan sejenis, menuntut pengusaha agar bergerak lebih cepat dan kreatif dalam menarik pelanggan. Pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Setiap bisnis atau pelaku usaha yang tidak mencermati akan keinginan dan kepuasan pelanggannya akan kalah dalam persaingan bisnis yang ada (Tjiptono : 2004).

Salah satu cara untuk menarik minat konsumen adalah dengan membuat iklan yang memuat informasi yang dapat menarik konsumen atau melakukan penataan dan pengemasan yang dapat menarik pelanggan. Untuk itu pengusaha dapat melakukan penataan lingkungan, memberikan informasi, dan memusatkan perhatian pada aspek-aspek visual dari produk yang di jual guna menarik pelanggan dan meningkatkan minat pembelian.

*Thai Tea Serasa Ngetea* memiliki design penataan kedai yang cukup unik, mengangkat konsep *classic* dengan di tambah sentuhan *retro* menambah kesan estetika yang sangat menarik. Kemudian Memiliki *spot* foto yang *instagramable*, dengan dua suasana berbeda yakni *indoor* dan *outdoor*. Selain untuk memberikan kesan yang berbeda, kedai ini memilih untuk menggabungkan penataan *indoor* dan *outdoor* agar lebih memberikan kesan nyaman , menarik dan juga memberikan *smoking* area bagi pengunjung yang ingin merokok, dalam penataan pencahayaan kedai ini sangat di perhitungkan dengan baik, untuk memberikan kesan yang lebih menarik dan menambah keindahan pada hasil foto agar membuat para pembeli semakin betah berlama lama di kedai teh ini. Selain penataan fasilitas kedai ini juga lengkap, dari toilet, *wifi* gratis dan juga tempat beribadah yang semakin memberikan kenyamanan yang lebih bagi pengunjung.

Dengan keunggulan yang telah disuguhkan tadi, kedai *Thai Tea Serasa Ngetea* masih ingin memberikan inovasi dalam desain interior untuk memenuhi kebutuhan milenial yang selalu ingin mengabadikan tiap *moment* ketika berkunjung ke kedai *Thai Tea Serasa Ngetea*. Maka dari itu penulis akan merancang *environmental graphic* dengan mengangkat konsep yang *classic* tetapi dilengkapi dengan *spot photo* yang *instagrammable*, guna meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di kedai *Thai Tea Serasa Ngetea*. Rancangan tersebut meliputi desain interior yang menonjolkan *typografi* yang memberi kesan *classic* dengan sentuhan *retro* dari pemilihan warna lampu, yang di pertegas dengan pemilihan *furniture* kedai yang mempertegas nuansa *classic*.

Secara umum *environmental graphic design* atau *graphic* lingkungan adalah segala bentuk grafik yang ada di lingkungan, termasuk di dalamnya berupa tanda-tanda penunjuk arah, papan pengumuman, *ornament graphis* pada sebuah bangunan, pelat nama di gedung, toko, kedai, museum, dan tempat komersil lainnya, yang di visualisasikan dalam segala bentuk tulisan

pada objek dua maupun tiga dimensi. Hal pokok yang harus diperhatikan dalam *environmental graphic* adalah komunikasi, menyampaikan suatu cerita, menjelaskan sebuah pesan, navigasi, informasi, *branding* dan *identity*. Dalam perkembangannya yang dinamis, *environmental graphic* sekarang ini meleburkan batas-batas yang ada antara ilmu arsitektur, grafis, *sign*, *public art* dan *advertising*.

Manfaat perancangan *environmental graphic design* untuk kedai *Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali* sendiri adalah untuk mendongkrak daya tarik masyarakat dengan desain interior yang menarik dengan segala fasilitas yang menunjang kenyamanan pengunjung sehingga pengunjung lebih tertarik untuk membeli atau hanya sekedar untuk mengunjungi *booth kedai Thai Tea Serasa Ngetea*.

Untuk mengetahui efektivitas dari penggunaan *environmental graphic*, maka diperlukan perancangan *environmental graphic*, pengusaha dapat melakukan survei kepada pelanggan agar dapat menghasilkan perancangan *environmental graphic* yang efektif dan efisien. Dari berbagai penelitian dan judul, penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya, berdasarkan uraian tersebut maka penulis melakukan penelitian yang di beri judul **“PERANCANGAN ENVIROMENTAL GRAPHIC DESIGN THAI TEA SERASA NGETEA BOYOLALI”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana konsep *environmental graphic design Thai Tea Serasa Ngetea boyolali*?
2. Bagaimana merancang *environmental graphic design Thai Tea Serasa Ngetea boyolali*?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui konsep *environmental graphic design thai tea serasa Ngetea boyolali*?
2. Mengetahui cara merancang *environmental graphic design thai tea serasa Ngetea boyolali*?

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Perancang diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman yang bermanfaat bagi pengusaha yang tertarik dengan keputusan pembelian konsumen kaitannya dengan *enviromental graphic* yang digunakan oleh pengusaha yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli.

### 2. Manfaat Praktis

Manfaat bagi pihak lain diharapkan hasil perancang ini dapat digunakan sebagai referensi untuk mengembangkan ide atau gagasan baru untuk penelitian selanjutnya, serta dapat dijadikan referensi untuk bahan pertimbangan pemecahan masalah bagi pengusaha atau perusahaan yang menghadapi permasalahan yang sama.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Jurnal Sains dan seni ITS Vol.1 / No.1/ September 2012. Yang berjudul “*Perancangan Environmental Graphic Design Museum Sepuluh Nopember Surabaya Area Dalam*“ menjelaskan tentang *Environmental graphic design* yang dibagi menjadi 3, yaitu : *Exhibition Design, Wayfinding Systems, Information Graphic Design*. Dalam pembagian 3 *Environmental graphic design* tersebut, tentu terdapat elemen elemen penting lainnya yang mampu menunjang sebuah *Environmental graphic design* yang dapat memberikan sistem navigasi dan informasi yang baik. Elemen – elemen tersebut dapat dilihat sebagai berikut : 1. Unsur Kedalaman 2. Skala dan Ukuran 3. Konteks 4. *Complexity* 5. *Typography* 6. Tingkat ketahanan (material) 7. Warna Perpaduan dari ke tujuh elemen itulah yang menjadikan sebuah *Environmental graphic design* menjadi suatu bidang desain yang dapat bermanfaat bagi masyarakat [6]. Dwipa Ramandhita dan Denny Indrayana. “**PERANCANGAN ENVIROMENTAL GRAPHIC DESIGN MUSEUM SEPULUH NOPEMBER SURABAYA**” **Jurnal sains dan seni ITS Vol.1/No.1/September 2012 “**

<https://www.neliti.com/id/publications/15810/perancangan-environmental-graphic-design-museum-sepuluh-nopember-surabaya-area-d>.

Jurnal Riset Manajemen, Vol.3/No.2/Nopember 2014. Menurut Keller (2008:51), citra merek atau brand image adalah anggapan dan kepercayaan yang dibentuk oleh konsumen seperti yang direfleksikan dalam hubungan yang terbentuk dalam ingatan konsumen. Berdasarkan Kotler (2012:266), citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. Menurut Joseph Plummer (2000:79), komponen brand image yang menjadi sub variabel terdiri atas tiga bagian, yaitu: ada 3 hal komponen brand image yang menjadi sub variabel terdiri atas tiga bagian, yaitu: 1. *Product Attributes* (atribut produk) yang merupakan hal-hal yang berkaitan dengan merek itu sendiri seperti kemasan, isi produk, harga, rasa, dan lain lain. 2. *Consumer benefits* (keuntungan konsumen) yang merupakan kegunaan produk dari merek tersebut. Lalu Lau dan Lee (1999:343) menyatakan bahwa brand trust merupakan keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif. Selain itu, dikatakan juga oleh Delgado dan Munuera, (2005:188), bahwa kepercayaan merek adalah kemampuan merek untuk dipercaya (brand reliability), yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan dan intens baik merek (brand intention) yang didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen. Menurut Lau dan Lee (1999:5) terdapat tiga karakteristik penting yang dianggap sebagai subvariabel brand trust, yaitu 1) *Brand Characters* dengan indikator *brand reputation, brand predictability, dan brand competence*. 2) *Company Characteristics* dengan indikator *trust in the company, company reputation, company perceived motives, dan company integrity*. 3) *Consumer Brand Characteristics* dengan indikator *similarity between consumer self-concept and brand personality, liking the brand, experience with the brand,*

*atisfaction with the brand, dan peer support.***Mitha Fadilla Noor.**  
**“PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP  
BRAND LOYALTY KING THAI TEA BANDUNG. “ Jurnal RISET  
MANAJEMEN Vol.3/No.2/Nopember.**

#### Fungsi *Environmental Graphic Design*

Peningkatan kebutuhan *wayfinding*, sistem informasi dan *graphic identity* pada dunia modern sangatlah tinggi. Mobilitas yang tinggi, *globalisme*, pertumbuhan teknologi, dan aktivitas sosial adalah alasan utama mengapa kebutuhan penyampaian informasi semakin dibutuhkan di kalangan masyarakat.

Setiap kota dapat diatur oleh *Environmental Graphic Design* dan membuat kota tersebut menjadi lebih layak untuk disinggahi oleh masyarakat. Manusia menerima informasi terbanyak melalui mata. Kondisi ini mendukung pentingnya aspek visual pada budaya perkotaan, dan kebanyakan orang mengekspektasikan sesuatu melalui elemen visual.

Tujuan dari *Environmental Graphic Design* adalah untuk mengantarkan masyarakat, memungkinkan mereka untuk menemukan jalan mereka sendiri tanpa harus bertanya arah tujuan ke orang lain, dan yang lebih penting adalah untuk mencegah seseorang dari perasaan hilang atau tersesat (Niron, 2009: 4)

Tipografi. Dikutip dari buku Gordon (2010:138), bahwa kebanyakan typeface yang digunakan para desainer berasal dari typeface yang dikembangkan dari huruf huruf dasar. Beberapa typeface tertentu diciptakan hanya untuk buku dan Koran, akan tetapi ada juga typeface yang diciptakan untuk display dan tanda, jadi para designer harus dengan teliti dalam memilih ukuran dan bentuk typeface yang akan digunakan, untuk lebih lanjut dalam memilih typeface yang akan digunakan untuk sign system agak lebih sulit. Terkadang jarak pandang dari typeface, meskipun besar, tidak berarti semua orang dapat menerima semua informasi yang disampaikan, jadi untuk itu, sebagai seorang designer yang bekerja untuk pembuatan sign

system harus dapat memastikan kejelasan dan keterbacaan dari typeface yang akan dipakai pada sebuah sign system.

**Jurnal Adiwarna Vol.1 / No.8 / (2016)** yang berjudul “Perancangan Multimedia Interaktif Panduan Wisata Kuliner Salatiga” Menjelaskan tentang Tipografi (Design Type) *Typeface* yang akan digunakan untuk Headline adalah Din 1415 Mittelschrift yang memiliki stroke cukup tebal dengan bentuk lonjong. *Typeface* yang digunakan untuk content adalah Montserrat *Typeface* yang merupakan *Geometric Fonts* yang memiliki ciri garis *stroke* yang tebal, dan memiliki lengkungan. Tipe ini biasanya digunakan untuk *display font*, karena tingkat *legible* atau kejelasan huruf yang tinggi.

<https://ejournal.upi.edu/index.php/image/article/view/1121>.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Perancangan**

#### **a. Pengertian Perancangan**

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi sebagai perancangan sistem dapat dirancang dalam bentuk bagan alir sistem (system flowchart), yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukkan urutan-urutan proses dari sistem. Syifaun Nafisah, (2003 : 2).

Pengertian perancangan menurut para ahli diantaranya adalah :

- 1) Menurut Varzello / John Reuter III perancangan adalah tahap setelah analisis dari siklus pengembang sistem : Pendefinisian dari kebutuhan-kebutuhan fungsional dan persiapan untuk rancang bangun implementasi: “Menggambarkan bagaimana suatu system dibentuk”
- 2) Menurut John Buch & Gary Grudnitski perancangan dapat di definisikan sebagai penggambaran, perencanaan dan

pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

Terdapat pula teori mengenai teori – teori perancangan menurut para ahli diantaranya adalah :

- 1) Menurut Soetam Rizky (2011 : 140) Perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur serta detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya.
- 2) Menurut Sardi(2004:27) Perancangan merupakan penggambaran perencanaan, pembuatan sketsa dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

Dari beberapa teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah proses perancangan sebuah sketsa dan penggabungan dari beberapa elemen yang terpisah dengan menggunakan sistem dan teknik yang bervariasi.

## **2. Environmental Graphic Design / EGD**

*Environmental Graphic Design* atau istilahnya *Graphic Lingkungan* adalah segala bentuk grafik yang ada di lingkungan, termasuk di dalamnya berupa tanda-tanda penunjuk arah, papan pengumuman, *ornament graphis* pada sebuah bangunan, pelat nama di gedung-gedung, juga segala bentuk tulisan pada objek dua maupun tiga dimensi. Kemudian ruang lingkup EGD mencakup *exhibition design, wayfinding system dan Signage, Information Graphic Design*. Jadi, *project EGD* juga bisa melibatkan arsitek, *interior design, landscape* maupun *industrial design*.

b. *Exhibition Design*

*design* atau desain eksebisasi pada umumnya adalah lebih kepada penataan ruang atau peletakan-peletakan yang dilakukan untuk menciptakan suatu kesatuan dan dapat menjadikan interaksi antara pengunjung dan kurator ataupun antara pengunjung dan pengunjung lainnya.

c. *Wayfinding Systems dan Signage*

*Wayfinding* memiliki arti sebagai pencari jalan untuk sampai ke tempat yang di inginkan. Tujuan dari *wayfinding* itu sendiri adalah untuk membantu pengunjung untuk mencari jalannya. *Wayfinding* dan *Signage* ditempatkan di setiap sudut jalan agar dapat memudahkan pengunjung menentukan jalan, terutama bagi para penyandang cacat yang mungkin akan sedikit lebih sulit jika tidak dipandu dengan *wayfinding*. Oleh karena itu, tujuan utama dari *wayfinding* dan *signage* adalah untuk membantu pengunjung yang memiliki gangguan sensorik atau sulit untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dimana orang tersebut tidak mudah untuk menghafal sebuah jalan untuk menuju ke suatu tempat.

d. *Information Graphic Design*

*Information Graphic Design* memiliki andil yang besar dalam penyampaian informasi kepada pengunjung berupa suatu konten untuk memberikan informasi, data, atau bahkan pengetahuan dengan kemasan yang menarik kepada pengunjung. Elemen grafis pada *Information Graphic Design* memiliki informasi yang kompleks dan disampaikan secara singkat, padat dan jelas. Tujuan utama dari *Information Graphic Design* adalah untuk membantu pengunjung dalam mencari informasi tentang suatu objek. Pengunjung akan dengan mudah mencari informasi suatu objek yang ingin dituju dengan adanya *Information Graphic Design*.

Dalam pengaplikasiannya dari 2 dimensi ke 3 dimensi, ada strategi dan kondisi yang harus diperhatikan seperti :

1. Unsur Kedalaman
2. Skala dan Ukuran
3. Konteks
4. *Complexity*
5. *Typography*
6. Tingkat Ketahanan
7. Warna
8. Multidisiplin
9. Masa Produksi
10. Pengertian perancangan menurut para ahli diantaranya adalah :

Terdapat pula teori mengenai teori – teori perancangan menurut para ahli diantaranya adalah :

- 1) Ramandhita dan indrayana (2012:3) *Environmental Graphic Desin* adalah penataan sebuah lingkungan dengan tujuan menyediakan informasi yang dibutuhkan pengunjung, memberikan informasi koleksi kepada pengunjung, membangun suasana lokasi, dan mempermudah pengunjung melakukan aktivitas di sebuah.
- 2) Chris Calori (2015:2) mengemukakan bahwa *environmental graphic design (EGD)* atau grafis lingkungan merupakan sebuah media informasi berbentuk grafis kepada audiensnya yang dapat ditemukan pada suatu lingkungan atau tempat yang nyata. Grafis lingkungan bersifat lebih kompleks jika dibandingkan dengan media cetak dua dimensi seperti buku dan brosur.

Dari beberapa teori-teori diatas dapat disimpulkan bahwa *Environmental Graphic Design* adalah penataan sebuah lingkungan yang menyediakan informasi kepada pengunjung dengan membangun suasana lokasi yang nyata dengan grafis lingkungan yang lebih kompleks

### **3. Grafis**

Grafis adalah bentuk komunikasi visual yang dirancang dengan menggunakan kombinasi koordinat titik-titik dan garis sebagai media untuk menyampaikan informasi secara efektif. Umumnya orang menyebut istilah grafis dengan gambar. Grafis atau gambar dapat menjadi fungsional dan sebagai seni artistik dengan menginformasikan, menggambarkan keadaan atau kepentingan tertentu melalui rancangan, proses dan hasil produksi yang dikenal dengan istilah desain grafis. Grafis juga merupakan suatu kegiatan perencanaan dan memproyeksikan gagasan maupun pengalaman dengan mewujudkan ke dalam sebuah konten visual dan tekstual. Desain grafis juga dikenal sebagai desain komunikasi. Bentuk komunikasi dapat berupa fisik atau virtual dalam bentuk gambar, kata, atau grafik. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Grafis sudah dikenal sejak jaman prasejarah yang diketahui pada lukisan gua dan tanda-tanda pada batu-batu, tulang, gading, dan tanduk, pada periode 40.000-10.000 SM (Palaeolithic) atau sebelumnya. Grafis terus mengalami perkembangan mengikuti zaman. Dan saat ini sudah memasuki era digital yang ditandai dengan munculnya grafis komputer yang menghasilkan grafis digital yaitu gambar atau grafis vektor dan bitmap.

### **4. Desain**

Bisa diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Dalam sebuah kalimat, kata "desain" bisa digunakan, baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Sebagai kata kerja, "desain" memiliki arti "proses untuk membuat dan menciptakan obyek baru". Sebagai kata benda, "desain" digunakan untuk menyebut hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atau berbentuk benda nyata.

Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai macam aspek lainnya dengan sumber data yang didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya. Akhir-akhir ini, proses (secara umum) juga dianggap sebagai produk dari desain, sehingga muncul istilah "*perancangan proses*". Salah satu contoh dari perancangan proses adalah perancangan proses dalam industri kimia.

## 5. Thai Tea

*Thai Tea* merupakan varian teh asal negeri gajah putih Thailand yang kini sudah mendunia. Pada tahun 1980'an, pedagang dari China menyalurkan teh yang mejadi bahan baku Thai Tea yaitu Cha Yen Tea yang merupakan teh hitam atau black tea, namun karena harganya yang melambung, Cha Yen kemudian digantikan dengan seduhan teh Ceylon, teh hitam beraroma sangat pekat yang berasal dari Sri Lanka.

Teh yang dipilih memang tak bisa sembarangan karena seduhan teh tersebut haruslah memiliki aroma yang tajam dan rasa teh hitam yang sangat kuat pula. Maka dari itu, tidak heran kalau Cha Yen atau Ceylon yang terpilih.

Thailand yang didirikan pada pertengahan abad ke 14 merupakan satu-satunya negara di Asia Tenggara yang tidak pernah dikuasai oleh Bangsa Eropa. Walaupun dari sudut pandang sejarah Thailand tidak pernah menjadi negara peminum teh, tetapi Thai tea telah menjadi minuman umum yang digemari oleh warga Thailand.

Thai tea sendiri terdiri dari teh hitam dengan bunga lawang (*star anise*), pewarna makanan, campuran rempah-rempah serta susu kental manis. Thai tea disuguhkan secara panas atau dengan tambahan es.

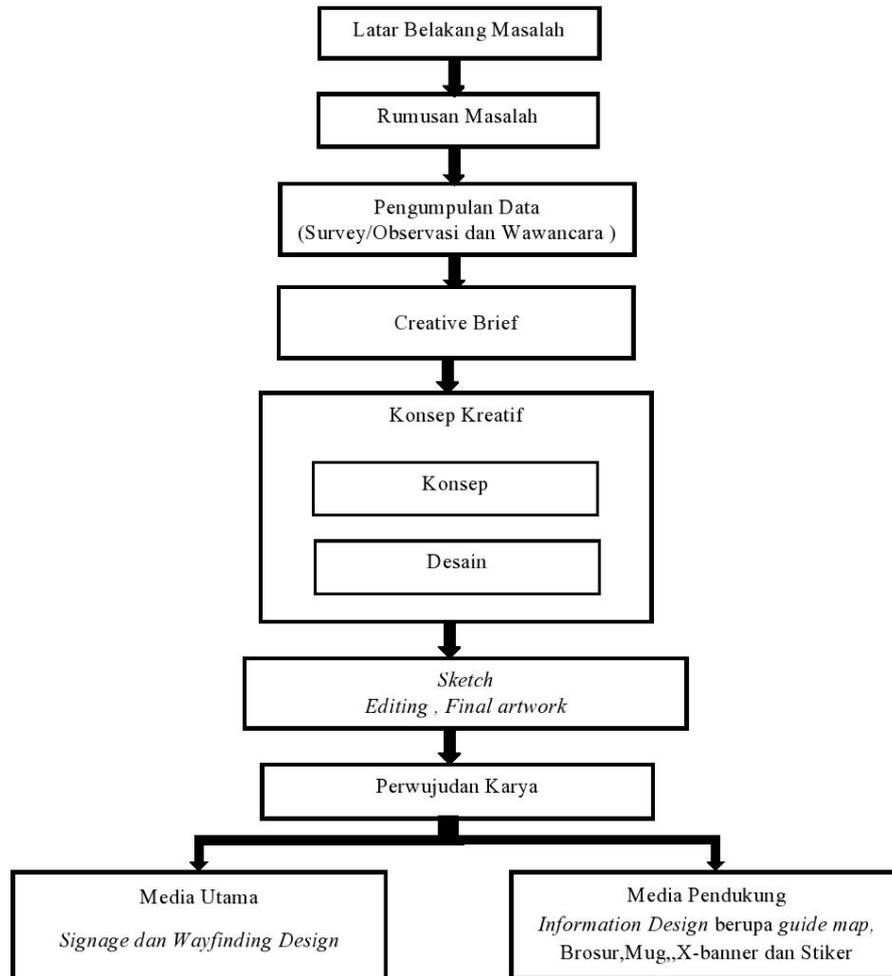
Sejarah singkat Thai tea dimulai dari sebagian kecil pasukan nasionalis Chiang-kai Shek di Yunnan terpisah dengan pasukan utamanya

pada tahun 1949. Terisolasi, namun tidak gentar, pasukan ini kemudian memimpin gerilya serta melanjutkan serangan terhadap para komunis. Mereka dipaksa untuk keluar Burma menuju Thailand Utara. Selama berpuluh-puluh tahun, mereka melakukan operasi illegal di wilayah segitiga emas: penyelundupan narkoba serta perdagangan gelap. Akhirnya melalui edukasi yang ditawarkan pemerintah, generasi baru imigran berasimilasi secara kultur dan ekonomi ke dalam masyarakat Thai. Penanaman teh merupakan salah satu dari pilihan yang legal.

Berasal dari Provinsi Yunnan, secara alami menanam dan membuat teh menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang dipilih oleh penduduk baru Thailand ini. Tanaman teh pertama diimpor dari China dan Taiwan untuk ditanam pada dataran tinggi Chiang Mai pada akhir tahun 1980. Hari ini, kawasan di Thailand Utara tersebut telah menjadi lumbung utama yang menghasilkan teh.

Dengan melihat kebutuhan konsumen masa kini perancangan *Environmental Graphic Design Thai Tea* Serasa Ngetea Boyolali ini penulis mengangkat thema classic dengan sentuhan retro agar lebih menarik, tanpa melupakan unsur desain yang benar yaitu dengan memperhatikan kondisi ruang dengan konsep pencahayaan di dalamnya, kemudian juga karakter ruang dengan memperhatikan konsep warna dan juga konsep thema

## G. Metode Perancangan



Gambar 01. Metodologi Perancangan

Sumber : Hasil Olahan perancang 2019 Tugas Akhir Rizah Andini Nisfullaily

**a. Latar Belakang Masalah**

Latar Belakang adalah dasar atau titik tolak untuk memberikan pemahaman kepada pembaca atau pendengar mengenai apa yang ingin kita sampaikan. Dan di era sekarang ini industri kuliner di Indonesia, merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Kuliner bukan hanya produk konsumsi semata melainkan sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Saat ini bisnis kuliner menjadi usaha yang memerlukan kreativitas dan inovasi. Kuliner berubah menjadi sebuah industri yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi

**b. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah penjabaran dari identifikasi sebuah masalah dan pembatasan dalam sebuah masalah dalam penulisan ini rumusan masalah yang ada yaitu.

1. Bagaimana konsep *environmental graphic design Thai Tea* Serasa Ngeteaboyolali?
2. Bagaimana merancang *environmental graphic design Thai Tea* Serasa Ngetea boyolali?

**c. Pengumpulan Data**

**a. Survey / Observasi**

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung di lapangan terhadap gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Bisnis kuliner menjadi usaha yang memerlukan kreativitas dan inovasi melihat dari perkembangan jaman yang terjadi. Saat ini kuliner berubah menjadi sebuah industri yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Survey yaitu mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai

macam sumber yang ada di dalam media ataupun langsung dari pengamatan yang ada di masyarakat melihat masih minimnya kedai *Thai Tea* di daerah Boyolali tersebut sehingga bisa menjadi sebuah gambaran agar bisa menciptakan suatu inovasi dan sekaligus peluang usaha yang menarik

## **b. Wawancara**

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber. Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data salah satunya dengan metode wawancara dengan narasumber antara lain

- Pemilik kedai “senadi thai tea” di kacang .
- Masyarakat Sekitar Kabupaten Boyolali.

## **d. Creative Brief.**

dari produk ini bertujuan untuk memperkenalkan bagaimana cara membuat suatu desain interior yang unik sebagai peluang usaha yang menarik dan juga kreative agar mampu bersaing dengan peluang usaha yang lainnya. a. Konsep Penempatan media mengenai Environmental Graphic Design Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali ini akan di upload pada website youtube, Instagram , Facebook dengan tujuan agar menarik masyarakat untuk berkunjung ke kedai ini.

- a. Penempatan media mengenai *Environmental Graphic Design Thai Tea* serasa Ngetea ini akan di *upload* pada

*Websitefacebookdan Instagram*dengan tujuan untuk menarik minat pengunjung dan pembeli di kedai ini.

- b. Penempatan medua mengenai *Environmental Graphic Design Thai Tea* serasa Ngetea ini akan di *upload* pada *Websitefacebookdan Instagram*dengan tujuan untuk menarik minat pengunjung dan pembeli di kedai ini.
- c. keunggulan *Environmental Graphic Design* ini ialah dapat memberikan pandangan masyarakat bagaimana cara berkembang dengan cara mendesain interior suatu kedai yang menarik agar bisa menarik pengunjung dan masyarakat untuk lebih kreative lagi dan juga otomatis bisa meningkatkan penghasilan suatu peluang usaha.

#### e. **Konsep Kreatif**

Ide dari perancangan *EnvironmentalGraphic DesignThai Tea Serasa Ngetea Boyolali* ini muncul dikarenakan melihat konsumtif masyarakat yang semakin meningkat hal ini menyebabkan bisnis di bidang kuliner juga semakin meningkat. Dalam perancangan ini penulis menggunakan konsep classic dengan sentuhan retro dimana konsep ini dipilih agar lebih menarik pengunjung dan juga memberikan gambaran kepada masyarakat agar bisa menjadikan suatu usaha yang lebih kreative dan juga inovative .

##### a. **konsep**

Adalah thema yang dipilih dalam perancangan *Environmental Graphic Design Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali* dengan mengangkat konsep classic dengan sentuhan retro yang selanjutnya akan diproses pada tahapan produksi.

## **b. Desain**

Desain merupakan proses rancangan *Environmental Graphic Design*, dengan berfokus pada desain interior dengan menggunakan skala, ukuran, warna dan tipografi, serta pencahayaan yang dibuat sesuai dengan desain.

## **f. Sketsa**

Sketsa merupakan proses dasar dari sebuah karya desain sketsa juga merupakan kerangka. Ketika membuat desain interior maka harus membuat sketsa layout terlebih dahulu dengan menyesuaikan skala sekaligus ukuran.

### **1. Editing**

Merupakan proses pengaplikasian dari sketsa menjadi sebuah gambar 2D atau 3D dengan memadukan warna font ukuran dan bahan yang kemudian akan menjadi sebuah hasil desain interior.

### **2. Final Artwork**

Proses akhir dari keseluruhan desain gambar yang telah di buat. *Rendering* meliputi semua proses mulai dari *Sketsa* ( membuat tampak atas ruangan, maupun tampak samping ) dan *Editing* ( pengaplikasian dari sketsa menjadi sebuah gambar 2D atau 3D )

## **g. Perwujudan Karya**

### **a. Signage**

*signage* adalah untuk membantu pengunjung yang memiliki gangguan sensorik atau sulit untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dimana orang tersebut tidak mudah untuk menghafal sebuah jalan untuk menuju ke suatu tempat.

## **b. Wayfinding Design**

*Wayfinding* memiliki arti sebagai pencari jalan untuk sampai ke tempat yang di inginkan. Tujuan dari *wayfinding* itu sendiri adalah untuk membantu pengunjung untuk mencari jalannya. *Wayfinding* dan Signage ditempatkan di setiap sudut jalan agar dapat memudahkan pengunjung menentukan jalan, terutama bagi para penyandang cacat yang mungkin akan sedikit lebih sulit jika tidak dipandu dengan *wayfinding*. Oleh karena itu, tujuan utama dari *wayfinding*

## **h. Media pendukung**

**a. Signsystem**

**b. Brosur**

**c. Cup**

**d. Roll banner**

**e. Sticker**

**f. T-shirt**

**g. Masker**

**h. Buku menu**

## H. Sistematika Penulisan

Dalam Tugas Akhir ini, Sistematika Penulisan dibagi menjadi beberapa bab, sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN** Pada bab pendahuluan ini diuraikan antara lain : Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat perancangan, tinjauan pustaka, metode perancangan dan sistematika perancangan. Fungsi pada bab ini yaitu untuk memberikan inovasi masyarakat dan kreatifitas dalam meningkatkan dan menarik minat konsumen pada kedai *Thai Tea* Serasa Ngetea Boyolali.

**BAB II IDENTIFIKASI DATA** Proses ataupun perancangan setelah mendapatkan data dan Perkembangan kedai *Thai Tea* dilihat dari kondisi dilapangan serta data, kemudiansetelah itu menentukan strategi yang kreatif dan inovative dalam perancangan kedai *Thai Tea* Serasa Ngetea di Boyolali.

**BAB III KONSEP PERANCANGAN** Bab ini berisi tentang Analisa Data yang digunakan untuk memilih media yang sesuai yang akan dipublikasikan kepada masyarakat. Bab ini berfungsi untuk merancang strategi kreatif yang tepat dalam pembuatan karya proposal.

**BAB IV PERWUJUDAN KARYA** Bab ini berisi tentang tahapan-tahapan perancangan *environmental graphic design* untuk kedai *Thai Tea* serasa Ngetea untuk mendongkrak daya tarik masyarakat dengan desain interior mengangkat tema *classic* dengan di tambah sentuhan *retro* dan spot photo yang *instagramable*, dengan di tunjang suasana yang berbeda yakni *indoor* dan *outdoor*. Bab ini berfungsi untuk memaparkan teknik yang digunakan dalam perancangan karya proposal ini.

**BAB V PENUTUP** Kesimpulan dan Saran. Bab ini menjelaskan hasil analisa sampai perwujudan karya tentang tugas akhir dan saran.