

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Memaparkan fungsi dari Bab II menjelaskan tentang produk Thai Tea asal dari produk tersebut serta sejarah yang di jelaskan mengenai produk tersebut dan cara pembuatannya guna untuk menganalisa dalam perancangannya yang akan di jelaskan pada bab berikut.

A. Segmentasi

1. Demografi

Gender	: Laki – Laki dan Perempuan
Usia	: 15 tahun sampai 30 tahun
Pendidikan	: Smp,Sma/Smk,Kuliah
Ekonomi	: Menengah kalangan remaja

2. Geografis

Wilayah	: Boyolali ,dikarenakan di daerah boyolali khususnya kecamatan kemusu belum ada konsep kedai the yang seperti kedai Seresa Tea Boyolali.
---------	--

3. Psikologis

Target audience pada perancangan ini adalah laki-laki dan perempuan yang berusia 15 tahun hingga 30 tahun dimana melihat mayoritas dari mereka gemar sekali menggunakan sosial media maka dari itu kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali ini memberikan fasilitas spot photo yang Instagramable dan tentunya tidak membosankan serta memberikan kesan menarik sehingga pengunjung merasa tertarik dan tidak bosan untuk berkunjung sekaligus menikmati hidangan - hidangan Thaitea khususnya thai tea sebagai menu andalan kedai dan juga menjadi minuman favorite dan kekinian oleh remaja bahkan orang dewasa sekalipun. Dan saat ini tidak sedikit dari mereka memilih mengerjakan tugas di tempat –

tempat makan atau sekedar tepat Ngetea dan berkumpul dengan teman-temannya hal ini dirasa lebih nyaman bagi mereka karena bisa leluasa mengerjakan tugas sambil mengobrol dan menikmati hidangan . Maka dari itu kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali juga melengkapi free wifi dimana pengunjung bisa leluasa menggunakan internet yang telah di sediakan di kedai ini, hal ini bertujuan agar pengunjung tertarik dan ingin berlama – lama di kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali ini , perkembangan gadget dan sosial media yang begitu pesat membuat penulis memberikan fasilitas yang mendukung serta memberikan kesan nyaman dengan menonjolkan desain visual yang menarik bernuansa Klasik dengan sentuhan Retro yang ada di dalam kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali ini bertujuan memberikan kenyamanan dan kepuasan tersendiri pada konsumen.

4. Behavior

Remaja usia sekolah menengah keatas /Smp dan orang dewasa yang suka kuliner dan menghabiskan waktu luang atau saat istirahat untuk melakukan kegiatan berkumpul dengan teman-teman sekolahnya ataupun rekan kerja dengan mengobrol

B. Unique Selling Point (USP)

Media informasi berupa sosial media ini berfungsi untuk mengajak masyarakat untuk menikmati produk dan fasilitas yang disediakan oleh kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyoalali ini, dengan pengemasan produk yang menarik dengan di lengkapi fasilitas kedai yang lengkap seperti free wifi,spot foto ,live music serta tongkrongan yang asik dengan menu-menu yang varatif dan desain yang instagramable menonjolkan visual motor klasik dan aksesoris mengandung unsur retro akan menjadi ciri khas dari kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyoalali sehingga konsumen akan lebih tertarik dan nyaman dan merasa puas datang dan menikmati produk di kedai.

C. *Emotional Selling Proposition (ESP)*

Kedai Serasa Ngetea Boyolali ini di rancang dengan konsep desain Retro di padu dengan suasana Klasik maka di ambil motor cklasik sebagai simbol dari kedai Serasa Ngetea Boyolali ,dengan lighting yang redup menambah suasana klasik retro terasa di padukan dengan interior seperti dinding meja kursi serta bar dipadukan dengan kayu lawas yang dapat mengingatkan pengunjung pada tempo dulu sehingga bisa menjadi pusat perhatian bagi pengunjung.

A. Positioning

Positioning merupakan bagian utama yakni sudut pandang konsumen atau target sasaran dari sebuah produk yang di pahami.Positioning pada perancangan” Environmental Graphic Design Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali’ bertujuan untuk mengenalkan kedai ini dan menjadikan chirikas kedai ini menonjolkan visualisasi motor klasik , typografi serta menggunakan aksesoris yang mengandung unsur klasik seperti meja kursi bar serta hiasan dinding menggunakan kayu lawas (kebetan) akan menjadikan salah satu tujuan untuk menarik konsumen untuk berkunjung di kedai Serasa Ngetea boyolali ini. Dalam hal ini perancangan Environmental Graphic Design Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali adalah dengan terget masyarakat kemusu dan sekitarnya dapat memberikan inovasi baru bagi masyarakat kemusu dan sekitarnya mengenai kedai Teh.

B. Strategi Kreatif

1. Konsep Kreatif

Ide dari perancangan *Environmental Graphic Design Thai 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 .

Tema yang dipilih dalam perancangan *Environmental Graphic Design Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali* dengan mengangkat konsep classic dengan sentuhan retro dengan menggunakan gaya visual Javaness classic dan modern yang selanjutnya akan diproses pada tahapan produksi.

2. Konsep Visual

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

a. Visual

Jenis visual yang digunakan dalam proses perancangan *Environmental Graphic Desain Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali* menggunakan konsep klasik retro dengan gaya visual Javaness classic dan modern yang dapat menarik pengunjung untuk menikmati suasana kedai yang di aplikasikan di dinding.



Gambar 2. Contoh gambar visual
(<https://lifestyle.okezone.com>)

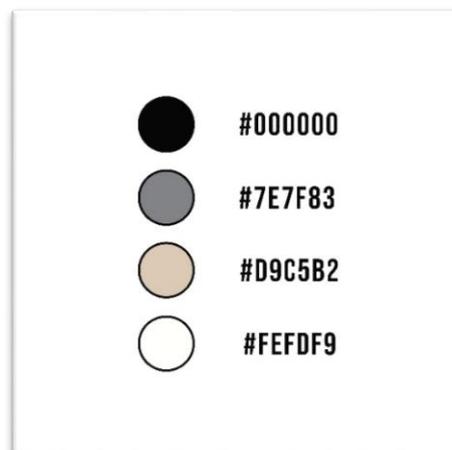


Gambar 3. Contoh gambar visual (<https://id.pinterest.com>)

Gambar ini di jadikan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat desain kedai Serasa Ngetea boyolali karena dianggap menarik dan simpel. Hal ini bertujuan agar nantinya kedai Serasa Ngetea Boyolali mudah di terima masyarakat dan bisa di jadikan tempat yang intagrameble sehingga menarik untuk di kunjungi.

b. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan ini cenderung gelap hal bertujuan untuk menarik, hal ini bertujuan sebagai identitas kedai Serasa Ngetea Boyolali yang bertemakan klasik dengan setuhan retro.



Gambar 4. contoh warna

c. Typografi

Jenis *font* yang di gunakan pada perancangan ini adalah *font* yang masuk kategori *san serif* dan di padukan dengan jenis *font serif*. pertimbangan pemilihan jenis *font* tersebut dikarenakan keduanya memiliki karakteristik yeng elegan, menarik dan mudah dipahami.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!"#\$%&'()*+,-./**

Gambar 5 : Font FHA Sing Devinnenc

**AB EFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
AB DEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ**

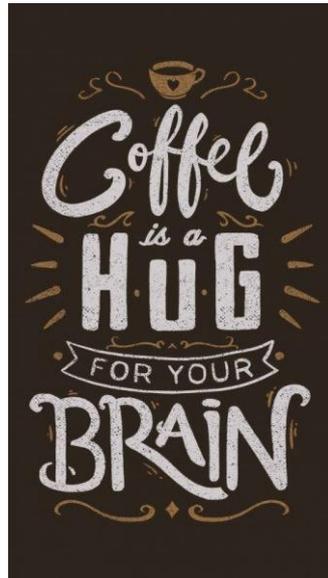
Gambar 6: Font Phospphate

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUWXYZ
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUWXYZ
0123456789 ? ? ?**

Gambar 7 : Font Mangarans

d. Ilustrasi

Ilustrasi berkaitan dengan seni rupa adalah penggambaran sesuatu melalui elemen rupa guna menerangkan, menjelaskan atau memperindah sebuah teks, supaya pembacanya dapat merasakan secara langsung melalui mata sendiri, kesan, dan sifat-sifat gerak dari cerita yang disajikan. **Rohidi (1984:87)**



Gambar 8 : <https://www.pinterest.co.kr>

3. Konsep teknis

Berbagai peralatan yang di gunakan dalam pengerjaan ini antara lain adalah :

- a. Leptop asus type A460 series hitam silver



Gambar 9: <https://www.laroslaptop.com/>

Peralatan yang di gunakan untuk membuat dan mengedit dengan bantuan aplikasi perangkat lunak didalamnya. Leptop ini memiliki spesifikasi antara lain menggunakan prosesor Processor Intel Core i7-3517U IvyBridged,VGA Nvidia Geforce GT 635 2GB ,sistem operasi windows 7

b. Photoshop



Gambar 10: <http://pngimg.com/>

Adobe Photoshop merupakan aplikasi yang di gunakan untuk mengedit suatu gambar, atau photo secara profesional. baik di gunakan untuk mengedit suatu objek yang sederhana ataupun yang sulit sekalipun. dan photoshop merupakan software yang bisa di gunakan untuk mengolah gambar berbasis bitmap. yang mempunyai tools dan efek yang lengkap sehingga bisa menghasilkan gambar dan kualitas yang tinggi.

C. Media plan

Tareget visual karya ini memiliki aspek yang luas ,maka perlu menekankan materi promosi untuk memperkenalkan kedai Serasa Ngetea Boyolali dengan gaya visual *javaness classic modern*

a. Signsystem

ilustrasi yang menyampaikan pesan informasi tentang tempat-tempat seperti toilet, studio music, chasier, washtafel, open, close ,open . Bahan yang digunakan adalah stiker *vinyl* transparan warna font hitam yang di aplikasikan di kayu dengan tema retro java

classic menonjolkan ciri khas retro maka menggunakan kayu dalam medianya.

b. Roll banner

Roll banner ukuran 60 x 90 Cm bahan luster ,roll banner di tujukan untuk menginformasikan tentang promo special dari kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali.

c. Sticker

stiker bahan vinyl ukuran 6 x 6 Cm di gunakan untuk media informasi dari kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali.

d. T-shirt

Bahan combed 30s di buat untuk karyawan di kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali,supaya terlihat lebih menarik rapi terlihat konsumen.

e. Masker

Dikarenakan adanya pandemi Covid 19 maka untuk menjaga protokol kesehatan dibuatlah masker,diperuntukan karyawan kedai Thai Tea Serasa Ngetea Boyolali.

f. Buku menu

Desain buku menu yang corak warnanya bernuansa retro classic sehingga mampu menarik konsumen karna desainnya yang mudah di mengerti.