

## **BAB III**

### **ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

#### **A. Segmentasi**

Segmentasi adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau pemasaran yang berbeda. Segmentasi *Sha-Rie Fashion* adalah sebagai berikut :

1. Demografi
  - a) Umur : 20- 40 tahun
  - b) Jenis Kelamin : Perempuan
  - c) Pendidikan : Perguruan Tinggi
  - d) Kelas Sosial : Menengah ke atas
2. Geografi : Boyolali dan sekitarnya
3. Psikografi : wanita usia 20-40 tahun yang menginginkan pakaian kebaya dengan kualitas yang bagus untuk ke acara resmi dan pesta.
4. *Behaviour* :
  - wanita usia 20-40 tahun yang sering ke acara resmi dan juga pesta.
  - Wanita yang suka berbelanja pakaian kebaya dan pesta.

#### **B. *Unique Selling Proposition***

Sebuah produk perlu memiliki citra sendiri untuk menempati posisi tertentu dalam benak masyarakat. *Sha-Rie Fashion* dalam hal tersebut

berusaha menarik minat konsumen agar lebih memilih produk dari Sha-Rie *Fashion* sebagai pilihan utama di wilayah Boyolali dan sekitarnya.

Adapun keunikan yang dapat dijadikan keunggulan Sha-Rie *Fashion* dibanding kompetitornya adalah kebaya Sha-Rie *fashion* tidak memiliki pesaing yang sama di daerah itu sehingga, membuat butik tersebut diminati oleh para konsumen. Sha-Rie *Fashion* merupakan satu satunya butik yang menyewakan pakain pesta dan kebaya di daerah tersebut, selain itu penyewaanya relatif murah.

### **C. *Emotional Selling Proposition***

Pemasaran yang difokuskan kepada perasaan emosional konsumen yang dapat menimbulkan sebuah pendapat mengenai produk yang akan dibeli. Biasanya berupa sebuah kalimat yang mudah diingat dan langsung mengenai perasaan konsumen, dan akan menimbulkan rasa untuk membelinya. *ESP* yang akan digunakan pada Sha-Rie *Fashion* adalah “*Show your beauty and glamour*” yang memiliki arti tunjukan kecantikan dan kemewahanmu. Konsumen disini akan merasa bahwa dirinya penting untuk membeli tersebut karena merasa perlu untuk menunjukkannya kecantikan dan kemewahan, dimana wanita memanglah sangat senang apabila dipuji dan dikatakan cantik terutama.

### **D. Positioning**

Positioning pada Sha-Rie *Fashion* ini dengan cara mengomunikasikan secara visual pada kemasan dengan menggunakan gaya desain yang elegan, modern, namun terlihat mewah menggunakan

ilustrasi digital dan juga teks. Tujuan utamanya agar konsumen dengan tidak ragu untuk membeli dan juga membuat rancangan kebaya di *Sha-Rie fashion*.

## **E. Strategi Kreatif**

### **1. Konsep estetis**

Perancangan ini berbentuk kemasan dengan menerapkan didalamnya terdapat ilustrasi tipografi yang merupakan daya tarik bagi konsumen untuk mengenal produk *Sha-Rie Fashion*. Karena itu perlu adanya konsep estetis dan strategi kreatif yang sesuai dengan target market. Berikut mengenai konsep estetis yang digunakan pada perancangan ini :

#### **a. Ilustrasi**

Ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. (Adi Kusrianto, 2007).



Gambar 8 : contoh *packaging*  
(sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com), 2020)



Gambar 9 : contoh *packaging*  
(sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com), 2020)



Gambar 10 : contoh *packaging*  
(sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com), 2020)



Gambar 11 : contoh *packaging* dan *paper bag* Chanel.  
(Sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com), 2020)



Gambar 12 : contoh *paper bag*.  
(sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com), 2020)

Ilustrasi mengandung makna sebagai gambar yang menjelaskan isi dari suatu buku atau menjelaskan tulisan sehingga membantu pembaca memainkan imajinasinya untuk mengartikannya. Ilustrasi yang akan digunakan dalam desain kemasan *Sha-Rie Fashion* adalah ilustrasi dalam bentuk logo dari *Sha-Rie Fashion* itu sendiri.

#### 1) Logo

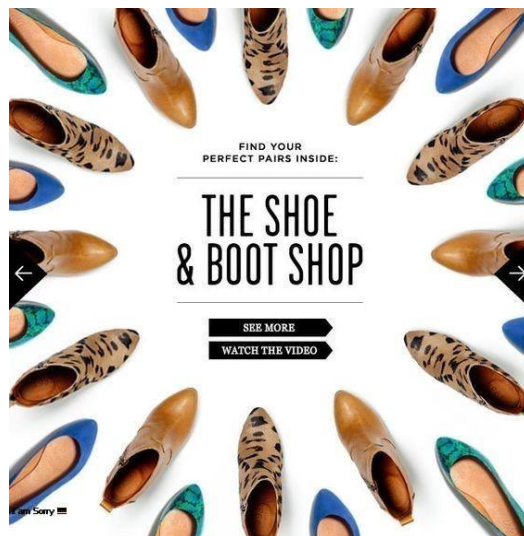
Logo adalah suatu gambar yang merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter sebuah lembaga atau perusahaan.



Gambar 13: logo Sha Rie *Fashion*.  
(Desain: Sha Rie Fashion, 2015)

#### b. *Layout*

Layout atau tata letak adalah usaha untuk menyusun elemen – elemen grafis yang digunakan untuk perancangan. Perancangan ini menggunakan *Frame Layout* yaitu suatu tampilan dimana border/bingkai/ framenya membentuk suatu cerita.

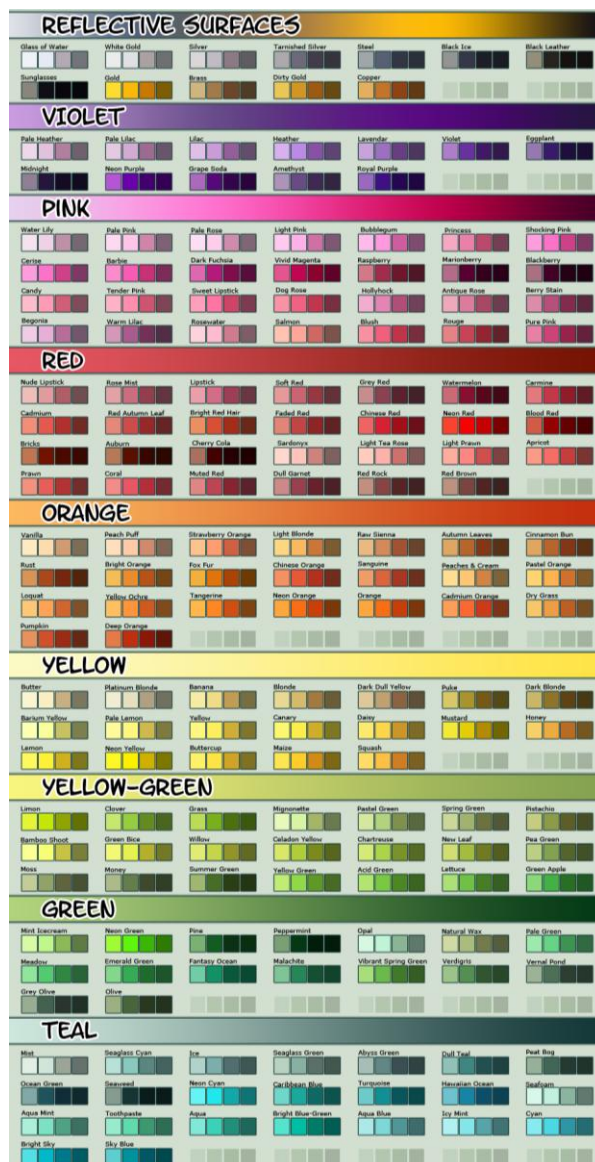


Gambar 14: Contoh *Frame Lyout Design*  
(Sumber : [www.google.com](http://www.google.com) , 2020)



### c. Warna

Warna yang akan digunakan untuk perancangan ini adalah warna elegan, modern yang menunjukkan kesan mewah, yang memiliki tujuan agar mengikuti zaman serta meyakinkan konsumen tentang produk yang diawarkan bahwa produk ini modern, elegan dan mewah.

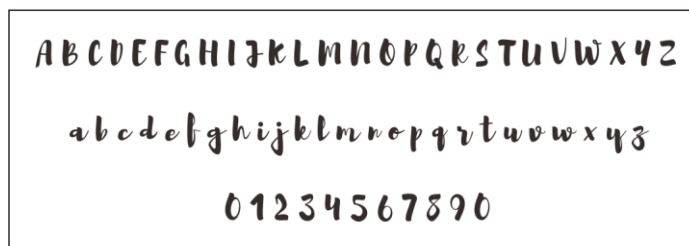


Gambar 15 : Collor pallette modern elegant  
(sumber : [www.deviantart.com](http://www.deviantart.com))



#### d. Tipografi

Tipografi yang dimaksudkan disini adalah jenis huruf yang akan digunakan dalam setiap visualisasi desain yang disampaikan dalam kemasan dan media pendukung lainnya. *Font* yang digunakan disesuaikan dengan gaya visual yang elegan, modern yang memberi kesan mewah.



Contoh *font Brush*



Contoh *font Elegant Sans*

## 2. Strategi Verbal

Perancangan ini menggunakan beberapa unsur verbal yang tujuannya untuk mendukung unsur visual pada perancangan ini, berikut unsur verbal yang digunakan:

- Judul/*Headline*

*Headline* yaitu hal yang pertama kali dibaca dan diharapkan dapat menarik minat khalayak untuk membaca *bodycopy*. *Headline*

hendaknya singkat dan jelas. *Headline* yang digunakan dalam Sha-Rie *Fashion* adalah tulisan Sha-Rie *Fashion* itu sendiri.

- *Baseline* berisi alamat dan contact person dari Sha-Rie *Fashion*, yaitu:

Alamat : Jalan Raya Embarkasi Haji-Krangkungan RT.4/5  
Gagaksipat, Ngemplak Boyolali.

*Contact person* : Hapsari Yulianti, A.Md 081548737074

- *Tagline/ Slogan*

*Tagline/slogan* yaitu berisi slogan dari produk yang dijual, slogan yang akan digunakan adalah “*Show your beauty and Glamour*”

- *Bodycopy*

*Bodycopy* berisi penjelasan pendukung dari ilustrasi, tujuannya adalah mendeskripsikan secara singkat mengenai apa yang ditawarkan dalam kemasan Sha-Rie *Fashion* misalnya berisi tentang info produk.

### 3. Konsep Teknis

Perancangan redesain kemasan ini membutuhkan alat sebagai sarana untuk membuat skets dan desain, proses ini dikerjakan dengan proses manual dan digital. Perancangan redesain kemasan menggunakan alat sebagai berikut :

## a. Laptop



Gambar 16 : Laptop  
(foto : Desniar, 2020)

## b. Sketchbook



Gambar 17 : *sketchbook*  
(foto : Desniar, 2020)



Gambar 18 : Foto *drawing pen*  
(foto : Desniar,2020)

c. Penggaris



Gambar 19 : Foto penggaris  
(foto : Desniar, 2020)

d. Mouse



Gambar 20 : Foto mouse  
(foto : Desniar, 2020)

Dan beberapa *software* yang digunakan antara lain:

- a. Corel Draw
- b. Potoshop

**F. Media Plan**

1. Kemasan

Merupakan peran penting sebagai pembungkus pakaian agar tidak rusak dan membuat daya tarik terhadap produk, karena sebuah kemasan yang cantik dan menarik akan menarik minat pembeli.

2. Sticker

Stiker adalah media promosi yang aplikasinya ditempelkan pada produk sebagai identitas sebuah merek. Desain stiker berkaitan dengan logo dan tipografi tentang Sha-Rie *Fashion*.

### 3. *Paper Bag*

*Paper bag* adalah sebuah tas serbaguna yang pada sekarang ini digunakan sebagai pengganti kantong plastik, yang mana terbuat dari kertas yang tidak gampang sobek. Paper bag juga lebih diminati dari kantong plastik karena lebih elegan ketika dibawa.

### 4. *Greeting Card*

Greeting adalah kartu ucapan yang biasanya diberikan kepada orang dalam momen tertentu yang dimana kartu ucapan tersebut dapat berisi ucapan terimakasih ataupun selamat. *Greeting Card* yang akan diberikan kepada konsumen dari Sha-Rie *Fashion* akan berupa ucapan terimakasih.

### 5. Kartu Nama

Sebuah kartu yang menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan atau instansi tertentu yang digunakan sebagai pengingat pada saat perkenalan formal.

### 6. Poster

Poster adalah desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar atau kecil. Aplikasinya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian.

### 7. *Roll Banner*

*Roll banner* adalah salah satu media promosi yang penggunaannya ditarik dari bawah ke atas pada bagian headernya.