

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Kue pukis termasuk makanan bertekstur basah dan perlu menggunakan kemasan dengan bahan material yang sesuai dengan tekstur kue basah dan mudah untuk dibawa. Pukis Manis'e menggunakan topping yang cukup tebal dengan tekstur basah. Akan tetapi pembungkus pukis manis'e masih menggunakan mika bening untuk membungkus pukis tersebut hal ini terlihat kurang menarik karena dapat merusak topping pada pukis. Selain tidak ada tanda kadaluarsanya, sehingga konsumen tidak mengetahui berapa lama kue pukis itu layak di konsumsi. Kemasan pukis yang lebih menarik akan memberikan nilai tersendiri di hati konsumennya. Pukis Manis'e memiliki daya jual yang tinggi di karnakan pukis manis'e berbeda dengan pukis pada lainnya karena menggunakan toping premium di setiap pilihan menunya dan untuk menambah cita rasa pada pukis tersebut, oleh karena itu pukis manis'e membutuhkan media promosi elektronik ataupun media promosi cetak untuk meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli pukis manis'e.

A. Analisa Data

1. Segmentasi

- Demografi

Usia : 18 - 40 Tahun

Pendidikan : Mahasiswa

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Warganegara : Indonesia

Agama : Semua Golongan

Status ekonomi : Menengah kebawah sampai menengah atas

- Geografis

Wilayah kota Solo di kawasan Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya. Masyarakat atau mahasiswa memiliki antusias tinggi dengan jajanan dan dapat menjadi sasaran yang tepat sebagai informasi perancangan kemasan sebagai media visual branding.

- Psikografis

Masyarakat yang berusia 18 – 40 tahun yang memiliki rasa ingin tahu yang menginginkan jajanan, kuliner atau makanan dengan kualitas rasa enak dengan harga terjangkau untuk semua lapisan masyarakat yang membutuhkan waktu dan tempat sehingga mendapat kesegaran tubuh.

- Behavior

Masyarakat yang berusia 18 - 40 tahun memiliki kebiasaan berpergian sambil menambah wawasan baru dengan melihat sebuah

B. Unique Selling Proposition (USP)

Sebuah Produk harus memiliki citra sendiri untuk menempati posisi di benak masyarakat, sehingga mudah dikenali. Desain kemasan pada Pukis

Manise akan menjadi diferensiasi antara produk pukis ini dengan produk pukis yang lain, agar masyarakat dapat membedakan identitas produk Pukis Manise sendiri.

Dalam perancangan ini Pukis manise berupaya meningkatkan ketertarikan konsumennya agar menjadikan produk ini sebagai pilihan pertama atau satu satunya di Kota Solo.

Keunikan yang menjadi kelebihan Pukis Manise yang tidak dimiliki kompetitornya adalah :

- Memberikan harga yang terjangkau untuk kalangan mahasiswa atau umum.
- Memberikan konsep atau rancangan yang mengutamakan kualitas dan ke higienisan.
- Menggunakan topping kualitas premium yang melimpah menjadikan Pukis dengan tampilan menarik dibandingkan pukis lainnya.

C. Emosional Selling Proposition (ESP)

Pemasaran yang di fokuskan kepada perasaan emosional konsumen yang dapat menimbulkan sebuah pendapat mengenai produk yang akan dibeli. Emosional pada konsumen adalah dengan mengajukan berbagai jenis pertanyaan yang dapat membaginya menjadi pertanyaan positif dan negatif. Kosumen yang menjadi poin penjualan yang berarti emosi konsumen mempengaruhi keputusan konsumen, untuk akhirnya membeli produk tersebut. Emosional selling proposition berupa sebuah kalimat

yang mudah diingat dan dapat masuk di perasaan konsumen dan akan menimbulkan rasa untuk membelinya. Emosional Selling Proposition (ESP) yang digunakan pada Pukis Manise membuat konsumen merasa senang dengan sajian tampilan topping pukis yang banyak dan serta bertujuan ketika konsumen melihatnya maka emosi perasaannya akan tertarik dan akan membelinya.

D. Positioning

Positioning adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk, merek, perusahaan, individu atau apa saja dalam alam pikir yang di anggap sasaran konsumennya. Menanamkan di benak konsumen, perancangan kemasan sebagai media visual branding dapat dinikmati oleh berbagai konsumen, ini terdapat pada tema dan konten yang diangkat serta teknik gambar kemasan. Perancangan kemasan sebagai media visual branding ini menggunakan karakter gaya visual vintage yaitu karakter desain yang memiliki ciri khas bentuk yang menonjolkan desain zaman dulu dan memiliki beragam warna dan bentuk kemasan yang tentunya sesuai dengan karakter makanan. Gambar-gambar tersebut di kemas dengan memperhatikan prinsip dasar kemasan sehingga gambar kemasan kesederhanaan bentuk. Perancangan di harapkan mampu di jadikan media cetak yang dapat menjawab kebutuhan konsumen atau pembeli, karena perancangan ini tidak hanya membuat, tetapi juga mengenalkan perancangan kemasan sebagai media visual branding yang dikemas dengan media kemasan yang menampilkan desain visual yang vintage,elegant,

menarik dan ringan yang terkonsep dan penekanan pada desain kemasan sehingga sebagai media hiburan. Kemasan Pukis Manise hanya menggunakan mika bening biasa dan membuat tampilan kurang menarik dan terlihat topping pada Pukis Manise terkesan berantakan. Berbeda dengan desain kemasan yang sekarang ini lebih unik dan menarik karena bentuknya persegi panjang dan kemasan di dalam kemasan kemasan akan dilaminasi sehingga minyak atau topping pada pukis tidak merusak kemasan.

E. Strategi Kreatif

Merancang media utama, media pendukung serta merchandise tentu di perlukan suatu konsep kreatif yang dapat mempengaruhi pembeli agar lebih menarik. Strategi kreatif yang akan digunakan ini adalah sebagai berikut :

- Penggunaan media perancangan kemasan

Pemilihan media utama perancangan kemasan agar dapat memberikan informasi tentang Pukis Manise melalui desain kemasan yang berbentuk Ilustrasi, typografi, dan desain media promosi cetak yang bagus.

- Pembuatan konsep dan materi kemasan

Kemasan yang akan di buat untuk produk Pukis Manise adalah kemasan yang higienis, simple, praktis dan ekonomis

tetapi juga dapat terlihat modern sesuai dengan citra yang ingin di tampilkan dan di sampaikan

- Gaya desain

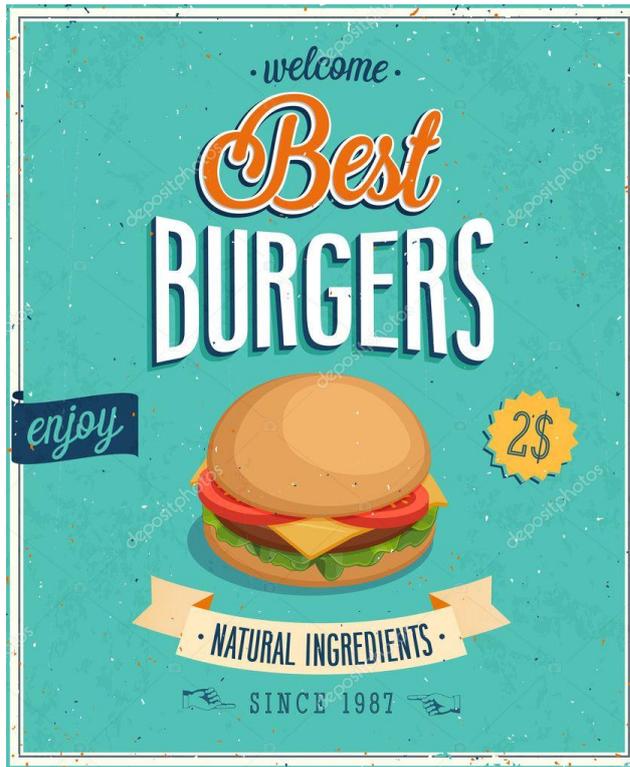
Perancangan kemasan ini menggunakan gaya desain vintage dan elegant dengan mengikuti tren desain di jaman sekarang yang tidak membuat element desain yang terlalu ramai maupun banyak motif dengan kata lain lebih terkesan simple dan sederhana.

F. Konsep Estetis

Hasil jadi dari perancangan ini berbentuk kemasan dengan konten Didalamnya terdapat ilustrasi kemasan yang merupakan daya tarik utama bagi konsumen. Karena itu perlu adanya konsep estetis dan strategi kreatif yang sesuai dengan target audience dan pokok permasalahannya. Berikut ini uraian mengenai konsep esteis yang di gunakan pada perancangan ini :

- Layout

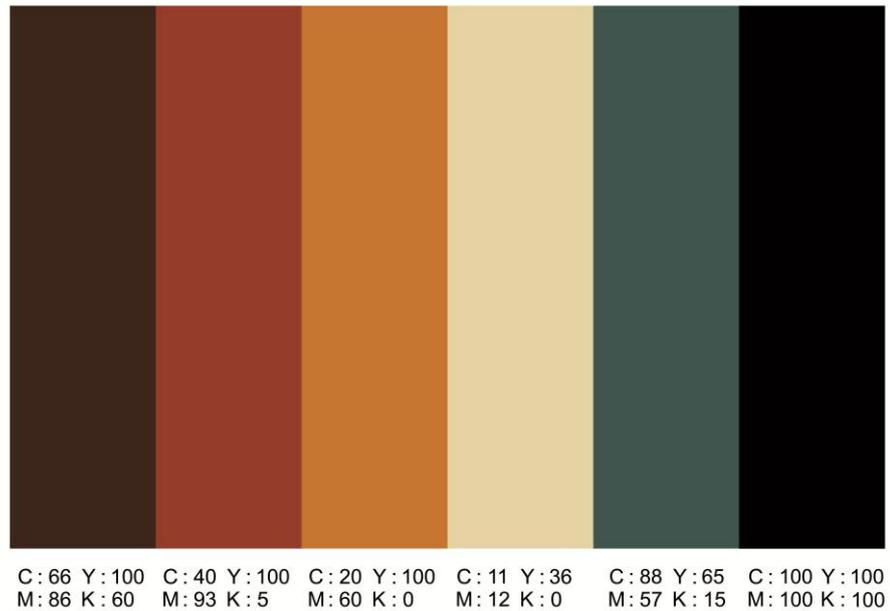
Pemilihan jenis layout desain yang menyebar ini dimaksudkan untuk memanfaatkan lebar ukuran kertas. Penggunaan layout jenis ini di maksudkan agar tidak membosankan dengan unsur desain yang menarik.



Gambar 5 : Contoh Layout poster vintage

- Warna

Warna yang digunakan untuk perancangan ini adalah warna-warna yang elegant dan terkesan menarik sesuai produk



Gambar 6 : Palet warna vintage (Pinterest, 2020)

- Ilustrasi

Ilustrasi yang di gunakan ini adalah kemasan yang memberi kesan Vintage



Gambar 7 : Contoh Kemasan Vintage (Mockup Hunt,2020)

- Typografi

Typografi yang akan digunakan dalam ilustrasi ini adalah font-font yang memberi kesan vintage dan mudah di pahami



Gambar 8 : Contoh Beberapa Font, Muahammad Bagas Agung P,2020

G. 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 kemasan adalah **Pukis Manise**

- Slogan

Slogan yaitu suatu motto atau semboyan yang dibuat dalam rangkaian kata yang relatif singkat dan menarik, dimana tujuannya untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak. Slogan yang ada pada pukis manise adalah **Kaka, Singga Coba Dulu Ka**

H. Konsep Teknis

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

- Laptop (ASUS A43S)
- Kertas HVS
- Penggaris
- Pensil (Faber Castel 2B)
- Coreldraw X7

I. Media Plan

1. Roll Banner

Roll Banner salah satu media promosi yang dicetak dengan print digital yang umumnya berbentuk vertikal. Desain yang terdapat di roll banner berisi tentang Pukis manise

2. Celemek atau Apron

Celemek atau Apron di gunakan untuk alasan higienis dan melindungi i pakaian dari kotoran saat memasak

3. Stiker

Stiker merupakan media promosi yang pengaplikasiannya ditempelkan pada media atau objek apapun sebagai identitas sebuah merek agar mudah dikenali oleh taget market, dan menjadi salah satu media promosi tempel. Desain Stiker berkaitan dengan logo dan Typografi dalam kemasan Pukis Manise

4. Kaos

Kaos adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu dan perut. Kaos biasanya tidak memiliki kancing maupun kerah, media kaos sebagai karya penunjang pukis manise yg akan di sablon logo di bagian terentu

5. Kartu Nama

Kartu nama sebagai media promosi pendukung Pukis manise karena kartu nama akan selalu diberikan pada masyarakat luas, selain

sebagai tanda pengenal di harapkan juga akan menjadi identitas kedua setelah logo.

6. Plastik atau Paperbag

Plastik atau paperbag termasuk tas jinjing, tas ini berfungsi memudahkan konsumen membawa produk Pukis manise. Desain pada plastik atau paperbag berbentuk logo atau typografi dan akan di sablon atau di print pada sisi depan.

7. Poster

Poster adalah media desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar atau kecil. Pengaplikasiannya dengan di tempel di dinding atau permukaan datar lainnya selain di tempel, poster ini juga bisa di unggah melalui media sosial sebagai media promosi. Poster bertujuan untuk menarik perhatian banyak orang untuk berpartisipasi memenuhi himbauan atau informasi yang di sampaikan dalam poster.

8. Stempel

Stempel adalah media untuk membantu kebutuhan dalam pengesahan nota atau sebagai alat bukti seperti lunas, terima kasih dll. Desain stempel bisa berkaitan dengan logo atau typografi Pukis Manise

9. Nota

Nota adalah media yang digunakan sebagai bukti penerimaan sejumlah uang yang ditandatangani oleh penerima dan diserahkan

kepada pembayar dan dapat digunakan sebagai bukti transaksi. Desain nota bisa berupa logo pukis manise disertakan alamat dan nomer telpon atau alamat sosial media pukis manise.

10. Daftar menu

Daftar menu adalah sebuah daftar makanan yang telah dilengkapi dengan harga masing-masing, yang disediakan dan ditampilkan untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sejumlah uang terhadap makanan yang ditawarkan. Desain daftar menu akan di desain vintage dan di kasih logo pukis manise

11. Logo

Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu dari sebuah Perusahaan, Produk, Pukis Manise menggunakan logo gram dan logo type sebagai logo yg di gunakan.