

### **BAB III**

## **ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

Bab II telah menjelaskan secara detail tentang data dari FS Clean Surakarta dan permasalahan dari media plan yang kurang terawat, konsep desain yang belum sesuai dengan jasa cuci sepatu dan analisa SWOT yang digunakan untuk membandingkan dengan kompetitor lainnya. Solusi yang akan dibuat berupa media plan baru yang disesuaikan pada segmentasi masyarakat di Surakarta berguna untuk menunjang media promosi, sehingga FS Clean mampu untuk berkembang dan bersaing dengan kompetitor.

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

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

Tercapainya proses desain media promosi FS Clean Surakarta, target ditentukan dengan pertimbangan sebagai berikut.

##### **a. Demografis**

Jenis kelamin : Unisex (laki-laki/perempuan)

Usia : 18 – 30 tahun

Agama : Semua agama

Pendidikan : SMA – Sarjana

Kelas ekonomi : Menengah dan menengah atas

##### **b. Geografis**

Konsumen FS Clean Surakarta adalah seluruh masyarakat Surakarta dan sekitarnya.

##### **c. Psikografis**

Masyarakat yang sering merawat dan peduli dengan sepatu menyerahkan kepada jasa cuci sepatu. Masyarakat yang memiliki gaya hidup modern, mengikuti tren pakaian terutama di produk sepatu, sibuk dengan pekerjaan kantor, memiliki koleksi banyak sepatu, belum tahu cara merawat dan membersihkan sepatu.

d. Behavior

Masyarakat yang mempercayakan sepatu kotornya ke jasa cuci sepatu karena lebih paham dan mengerti cara membersihkan sepatu yang benar untuk kebutuhan menunjang penampilan rapi dan bersih.

2. USP

Media promosi ini membantu konsumen dalam memahami layanan jasa yang ditampilkan oleh perusahaan FS Clean ini agar mudah dimengerti dan membuat konsumen merasa yakin oleh jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Keunikan yang dapat dijadikan keunggulan dari FS Clean Surakarta di banding dengan kompetitornya, antara lain :

- a. FS Clean menggunakan kemasan plastik wrap yang dibungkus ke sepatu sehingga menghasilkan sepatu seperti baru dari toko sepatu yang dapat membuat konsumen merasa puas.
- b. FS Clean akan menghubungi jika konsumen ketika sepatu sudah jadi.
- c. Garansi cuci gratis, jika ada komplain dari konsumen mengenai sepatu yang kurang bersih dan memenuhi syarat komplain.
- d. Pelayanan yang ramah, jika ada konsumen menanyakan mengenai keluhan sepatu, tas, dan helm dan akan dijelaskan proses

pembersihannya.

### 3. ESP

Media promosi yang berpengaruh secara positif pada perasaan dan emosi target, dapat menarik minat konsumen kepada layanan jasa yang ditawarkan membuat konsumen percaya merasa yakin. Cara menciptakan emosional dari layanan jasa FS Clean Surakarta untuk calon konsumen dengan cara :

- a. Memberikan tarif harga cucian yang relatif terjangkau.
- b. Melakukan diskon potongan harga setiap sebulan sekali untuk menjaga konsumen mempercayakan layanan jasa cuci sepatu, tas, dan helm di FS Clean.
- c. Menghadirkan layanan antar jemput sepatu, tas, dan helm dengan tarif relatif murah sesuai dengan jarak yang ditempuh.

### 4. Positioning

Positioning upaya untuk membuat konsumen menempatkan suatu produk atau layanan jasa di dalam pikiran mereka sehingga menjadi sasaran. Perancangan media promosi ini menggunakan gaya visual modern dengan desain warna-warna cerah dipadukan dengan gradasi warna ciri khas FS Clean yaitu kuning. Mengusung gaya visual modern ini diharapkan mampu membuat konsumen baru tertarik datang ke toko atau layanan jasa dari FS Clean untuk mempercayakan layanan jasa cuci sepatu, tas, dan helm.

## **B. Strategi Kreatif**

### **1. Konsep**

Strategi konsep promosi disusun dan disimpulkan dengan tujuan pokok menciptakan suatu desain media promosi yang menarik dan sesuai dengan FS Clean Surakarta. Gaya desain yang digunakan visual modern dengan membuat element menarik dan layout yang tertata.

#### **a. Konsep Visual**

##### **a) Layout**

Layout yang digunakan adalah axial layout tata letak yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan element pendukung di sekeliling gambar utama biasanya berupa gambar atau tulisan yang berhubungan dengan tampilan di tengah halaman sebagai titik pusatnya. Layout jenis ini akan membuat desain media promosi FS Clean Surakarta terlihat menarik dan moderen sesuai dengan perkembangan desain dan competitor.



**Gambar 9.** Contoh Axial Layout  
Sumber : id.pinterest.com, 2020

b) Warna

Setiap warna memiliki karakter dan perannya masing-masing. Perpaduan warna yang tepat akan membuat desain yang dicetak bisa menyampaikan makna tersiratnya kepada semua orang yang melihat. Warna juga memiliki peran penting untuk memudahkan pembaca agar mengenali identitas sebuah kelompok, komunitas, dan perusahaan. Warna yang akan digunakan dalam perancangan media promosi dari FS Clean surakarta adalah warna kuning merupakan warna ciri khas dari FS Clean Surakarta, kuning dipilih karena makna warna kuning mengarah pada warna yang paling bahagia, menyolok dan ingin diperhatikan oleh orang lain. Warna ini juga mengandung makna optimis, semangat dan ceria. Warna kuning dipadukan dengan warna putih yang akan terlihat bersih dan segar. Warna hitam untuk menyeimbangkan antara warna cerah dan gelap

memberi kesan elegan. Warna biru bermakna air, bersih dan segar sesuai dengan jasa dari FS Clean yang menggunakan air sebagai salah satu bahan dalam proses mencuci sepatu, tas, dan helm.



**Gambar 10.** Pallet Warna Modern  
Sumber : jessperna.com, 2020

c) Tipografi

Tipografi digunakan untuk memilih jenis huruf dan karakter yang sesuai dengan gaya desain moderen. Perancangan tipografi didasarkan pada pertimbangan gaya visual, fungsi, dan karakter huruf. Huruf yang akan digunakan adalah :

1. Lucida Sans Unicode

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Z  
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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Gambar 11.** Lucida Sans Unicode  
Sumber : wfont.com, 1993

2. Russo One

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X  
Z  
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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**Gambar 12.** Russo One  
Sumber : dafont.com, 2013

3. Marcellus SC

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Z  
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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Gambar 13.** Lucida Sans Unicode  
Sumber : dafontfree.net, 2012

4. Swiss721 BlkCn BT

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Z  
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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**Gambar 14.** Swiss721 BlkCn BT  
Sumber : dafontfree.net, 2012

d) Ilustrasi

Ilustrasi ini dapat menjelaskan tentang makna dari sebuah tulisan. Adanya Ilustrasi berfungsi menarik perhatian pembaca, sebelum mereka membaca kalimat mereka sudah tahu makna pesan yang disampaikan lewat gambar. Ilustrasi dapat Meningkatkan nilai estetika sebuah gambar atau tulisan untuk menarik para konsumen melihat dan membeli. Ilustrasi yang digunakan FS Clean adalah berupa gambar goresan tangan sederhana dan elemen pendukung lainnya. Gambar yang akan di tampilkan mewakili dari FS Clean yang bergerak di bidang jasa cuci, maka gambarnya berupa tas, sepatu, dan helm.



**Gambar 15.** Contoh ilustrasi modern  
Sumber : freepik.com, 2018

b. Konsep Verbal

a) Judul/Headline

Headline adalah pesan verbal yang paling ditonjolkan, pesan ini diharapkan dapat dibaca oleh pembaca pertama kalinya. Biasanya untuk menonjolkan headline, dibuat menggunakan ukuran font paling besar, sehingga dari kejauhan pesan headline tersebut yang paling dahulu dibaca. Letak headline tidak ada batasan, dapat di atas, di tengah, atau disamping.

Headline yang akan digunakan pada materi iklan ini adalah suatu kalimat atau nama perusahaan yaitu FS Clean Surakarta. Setelah kalimat headline dibawahnya akan dijelaskan sedikit tentang FS Clean dengan sub headline.

b) SubJudul/SubHeadline

Subheadline atau sering dikenal dengan subjudul, subheadline ini adalah kalimat penjelas headline. Subheadline merupakan pesan singkat namun memberi kejelasan headline. Setelah pembaca membaca headline dan kemudian penasaran, maka pembaca akan digiring untuk membaca informasi selanjutnya yaitu bodycopy/bodytext. Subheadline yang akan digunakan “Bersih dan Harum”. Bersih dan harum menjelaskan hasil jasa yang dikerjakan oleh FS Clean Surakarta.

c) Isi Teks/Bodycopy

Bodycopy merupakan informasi detail yang menjelaskan tentang sub headline. Disini diuraikan lebih lanjut menggunakan bahasa-bahasa yang persuasif (membujuk), sehingga dimaksudkan agar pembaca tertarik dan berminat untuk membeli produk yang ditawarkan. Bodycopy yang digunakan dengan menjelaskan tentang jasa yang ditawarkan oleh FS Clean Surakarta yang dicantumkan pada media plan menu harga, *roll banner* dan *starterkit box*.

d) Foto Produk/Product Shoot

Product shoot adalah menampilkan produk yang ditawarkan, bisanya berupa gambar. Mana mungkin orang akan tertarik jika tidak ada gambar produknya, oleh karena itu product shot sangat penting disampaikan. Produk yang akan ditampilkan berupa hasil dari perawatan mencuci sepatu sebelum dan sesudah pada media plan flyer.



**Gambar 16.** Contoh foto produk  
Sumber : [www.thelavegallery.com](http://www.thelavegallery.com), 2020

e) Penutup/Baseline

Baseline merupakan bagian penutup iklan, umumnya berupa identitas perusahaan dan terletak dibagian bawah. Penyampaian informasi ini tidak perlu menggunakan ukuran font yang besar. Secara otomatis, pembaca/konsumen yang tertarik dengan produk yang ditawarkan, mereka akan mencari informasi kontak perusahaan lewat media lain seperti Instagram dan google map. Baseline yang dicantumkan berupa alamat, nomer telepon, nomer whatsapp, dan alamat akun instagram.

## 2. Konsep Teknis

Alat dan media merupakan suatu media tambahan atau media promosi yang dibuat oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pada perancangan ini menggunakan beberapa alat dan software bantu untuk penunjangnya, berbagai alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Toshiba Satellite

Spesifikasi :

- Processor Intel Core i5
- Memory 4GB
- HDD 500GB
- Resolusi layar 1366x768



**Gambar 17.** Laptop Toshiba Sattelite  
Sumber : [www.sinaukomputer.net](http://www.sinaukomputer.net), 2018

b. Pen Tablet Huion

Spesifikasi:

- Area Aktif: 121.9 x 76.2mm(4.8\*3inci)
- Report rate: 233 PPS
- Resolusi: 5080LPI
- Tekanan Pena: Level 4096
- Tombol Express: 4 tombol
- Dimensi produk: 186.6 x 139.2 x 6.3mm
- Berat produk: 135gram



**Gambar 18.** Pen Tablet Huion  
Sumber :[www.jakartanotebook.com](http://www.jakartanotebook.com), 2018

c. Software Photoshop

Spesifikasi:

- Adobe Photoshop CS6 Support windows 32 bit dan 64 bit.
- Supported OS : Windows XP SP3, Vista, 7, 8, 8.1, 10



**Gambar 19.** Adobe photoshop cs6  
Sumber : [adobe photoshop.com](http://adobe photoshop.com), 2016

### 3. Media Plan

Media pendukung digunakan sebagai cara mempromosikan hasil dari sebuah rancangan. Media pendukung juga menjadi salah satu faktor keberhasilan promosi suatu produk atau jasa. Sehingga dipilihlah beberapa media pendukung yang akan digunakan, yaitu sebagai berikut :

a. Spanduk/MMT

Spanduk yang berukuran panjang horizontal yang memuat logo, nama perusahaan, informasi jasa yang ditawarkan. Spanduk dipasang diluar toko agar terlihat dari jauh oleh konsumen sebagai identitas lokasi. Bahan yang digunakan untuk spanduk adalah MMT 280gram.

b. Menu Harga

Menu harga ukuran A4 yang digunakan diatas meja berguna untuk karyawan sekaligus konsumen dalam memperkirakan tarif harga cucian. Desainnya sama dengan roll banner hanya ini lebih kecil.

c. Roll Banner

Roll banner akan ditempatkan di depan kios berisikan informasi tentang jasa yang dikerjakan oleh perusahaan FS Clean Surakarta.

d. Stiker Label

Stiker yang ditempelkan memuat logo, nama perusahaan dan nama dari isi bahan botol tersebut.

e. Handuk

Handuk digunakan untuk membersihkan sisa air dan sabun yang ada di sepatu. Desain yang dibuat berupa handuk kecil dan border nama perusahaan FS Clean Surakarta.

f. Sikat Sepatu

Sikat sepatu yang sebelumnya menggunakan dari merek lain, nanti akan didesain dengan sikat berlabel nama perusahaan FS Clean Surakarta.

g. Masker

Masker digunakan untuk melindungi bau tidak sedap dari sepatu yang kotor. Akan didesain dengan warna hitam dan memuat nama dari perusahaan FS Clean Surakarta.

h. Kaos

Kaos dibuat dengan desain nama perusahaan yang digunakan untuk menandai bahwa sedang bekerja di bawah perusahaan FS Clean.

i. Apron

Apron atau celemek pakaian yang dipakai saat bekerja didesain dengan ilustrasi simpel, logo perusahaan, warna kuning dan strip biru.

j. Tas Plastik

Tas plastik didesain dengan memuat logo perusahaan, ilustrasi simpel, dan informasi perusahaan FS Clean Surakarta.

k. Poster

Poster merupakan gabungan antara kata dan gambar yang didesain dengan komposisi yang tepat. Poster ini berisi nama proses pembersihan kotoran pada sepatu, tas, dan helm.