

BAB III

ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

Bab II telah menjelaskan secara detail tentang data dari Tjah Kreatif dan permasalahan dari kemasan yang sangat sederhana dan nalaisa SWOT yang digunakan untuk membandingkan dengan competitor lainnya, maka solusi yang dibuat akan fokus pada sekmentasi masyarakat tertentu, sehingga lebih detail dalam menyesuaikan dalam perancangan desain kemasan kain tenun Tjah Kreatif.

A. Analisa Data

1. Segmentasi

Tercapainya proses desain kemasan kain tenun Tjah kreatif, target ditentukan dengan pertimbangan sebagai berikut

a. Demografis

Jenis kelamin: Unisex (laki-laki/perempuan)

Usia : 25 - 70 tahun

Agama : Semua Agama

Pendidikan : SD – SMA

Kelas ekonomi : Menengah dan menengah atas

b. Geografis

Peminat kain tenun adalah seluruh masyarakat Indonesia.

c. Psikografis

Masyarakat yang antusias untuk mengikuti tren mode khususnya kain tradisional seperti kain tenun. Masyarakat yang memiliki gaya hidup konsumtif, berperilaku dan berpikiran modern.

d. Behavior

Masyarakat yang menyukai kain tradisional khususnya kain tenun untuk kebutuhan berpenampilan etnis karena kain tenun memiliki motif yang unik dan pembuatannya yang menarik.

2. USP

Produk perlu membangun citra tersendiri untuk berada diposisi tertentu dalam benak masyarakat. Tjah Kreatifberusaha untuk menarik minat konsumen agar lebih memilih produk kain tenun dari Tjah Kreatif pilihan utama khususnya di Jawa tengah.

Keunikan yang dapat dijadikan keunggulan dari kain tenun Tjah Kreatif dibanding dengan kompetitornya, antara lain :

1. Menjual kain tenun yang dibuat dengan kerajinan tangan dan memiliki nilai estetik tersendiri di jadikan produk unggulan.
2. Menjual dengan harga murah namun, dengan kemasan eksklusif untuk kain tenun yang memiliki motif berbeda dari setiap lembar kainnya dibandingkan dengan competitor lainnya yang menjual kain tenun.

3. ESP

Produk perlu untuk menciptakan emosional dari konsumen untuk menarik minat membeli sebuah produk. Kain tenun yang mampu menarik minat kalangan yang mengikuti tren mode, konsumtif, dan gaya hidup modern.

Cara menciptakan emosional dari produk kain tenun Tjah Kreatif untuk calon konsumen dengan cara:

1. Membuat desain kemasan yang elegansesuai dengan produk yang dibeli.
2. Melakukan promosi produk pada kalangan pengikut tren mode dan pembeli yang memiliki antusias terhadap kain tenun.

3. Positioning

Strategi positioning (penempatan citra produk) merupakan hasil persepsi tentang suatu produk atau merk yang dikomunikasikan dalam benak konsumen untuk membedakan dengan competitor lain.

Positioning yang dilakukan Tjah Kreatif :

Positioning yang dilakukan dalam perancangan produk desain kemasan produk Tjah Kreatif dengan cara mengkomunikasikan secara visual dengan mengamati gaya hidup masyarakat penyuka kain tenun. Kain tenun dari Tjah Kreatif yang memiliki harga yang terjangkau dan kemasan yang eksklusif. Gaya visual yang digunakan dengan gaya modern elegan dan warna – warna yang terlihat eksklusif untuk mencerminkan konsumen yang mewah.

B. STRATEGI KREATIF

1. Konsep

Strategi konsep promosi disusun dan disimpulkan dengan tujuan pokok menciptakan suatu desain kemasan yang menarik dan masuk relevan yang divisualisasikan dalam bentuk ilustrasi, warna, tipografi namun dengan komposisi yang mewah dan eksklusif sehingga terkesan elegandan modern.

a. Konsep Visual

a. Layout

Layout yang digunakan adalah aksial layout yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan elemen pendukung di sekitar gambar utama biasanya dalam bentuk gambar atau tulisan yang terkait dengan tampilan di tengah halaman sebagai pusatnya. Layout jenis ini akan membuat desain kemasan Tjah Kreatif terpusat dengan brand yang berada di tengah - tengah kemasan maka terlihat modern elegan.



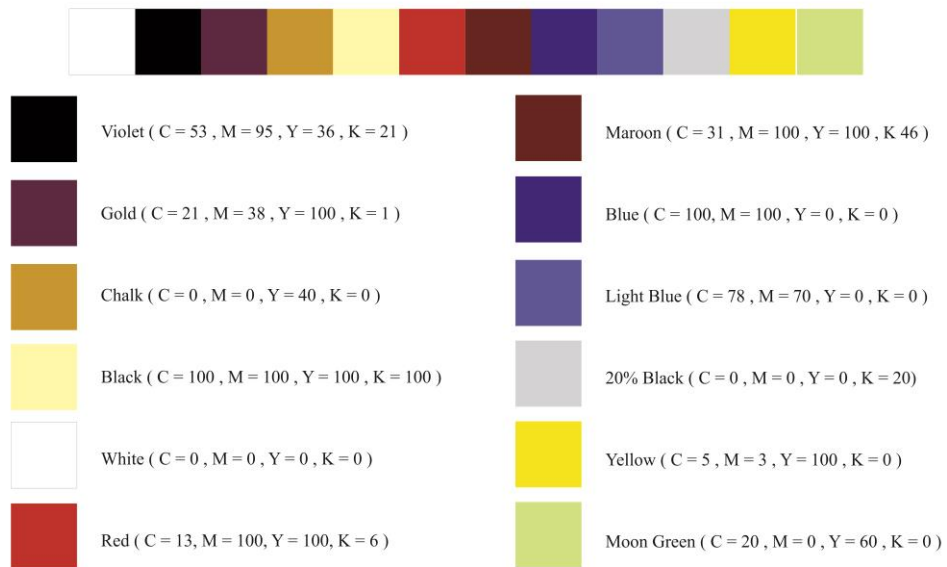
Gambar 04. Contoh Layout Aksial

Sumber : Pinterest, verdepac, 2020

b. Warna

Warna Merupakan unsur penting dalam promosi karena warna mempunyai bahasa komunikasi yang disampaikan lewat visual. Warna yang digunakan menunjukkan identitas dari produk tersebut yang berlanjut untuk dipakai disetiap media visual yang digunakan. Warna yang akan digunakan dalam perancangan desain media promosi dari kain tenun Tjah Kreatif sebagai berikut :

Warna ungu merupakan warna identitas dari Tjah Kreatif, Ungu dipilih karena dianggap mampu menarik perhatian, memancarkan kekuatan, bahkan tidak lepas dari kesan lain seperti ambisius, independen, kebijaksanaan, visioner, bahkan kemewahan. Warna ungu dipadukan dengan warna chalk, gold, black yang semakin memperkuat kesan mewah dan modern.



Gambar 05. Pallet Warna Modern Elegan
Sumber : Vinca Kesuma Hanjaya, 2020

c. Tipografi

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

1. Echinus Park Script

Jenis huruf Enchinos Park Script ini memiliki bentuk dekoratif dengan tebal tipis, tidak berkaki, sehingga terkesan elegan, luwes, mudah dibaca.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 06. Font Echinops Park Script

Sumber : Vinca Kesuma Hanjaya, 2020

2. Venus Pro Kursiv Halbfett

Jenis huruf Venus Pro Kursiv Halbfett memiliki kesan tegas dan jelas dalam penggunaan materi iklan Tjah Kreatif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 07. Font Venus Pro Kursiv Halbfett

Sumber : Vinca Kesuma Hanjaya, 2020

3. Belleza

Jenis huruf belleza termasuk font sans serif yang tidak memiliki kaki dan garis huruf yang tebal tipis yang memiliki kesan elegan.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Gambar 08. Belleza

Sumber : Vinca Kesuma Hanjaya, 2020

d. Ilustrasi

Ilustrasi adalah bentuk visual dari kalimat ataupun teks. Ilustrasi bertujuan untuk memperjelas teks ataupun kalimat khususnya untuk anak-anak yang belum dapat membaca. Dengan menggambarkan adegan suatu cerita, maka gambar tersebut pada umumnya dapat menerangkan karakter atau keseluruhan isi cerita. Adanya ilustrasi juga berfungsi untuk menarik para konsumen untuk melihat dan membeli. Ilustrasi yang digunakan untuk Tjah Kreatif adalah ornamen tenun Troso dari kain tenun khas Jepara yang diambil dari ornamen ukuran Jepara.



Gambar 09. Contoh ilustrasi ukiran jepara
Sumber : Jurnal DKV Dinus, Dimas Irawan, 2019

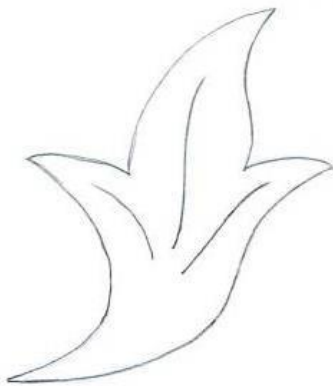
1. Bentuk lingkaran adalah bentuk penyederhanaan dari motif ukir daun dan buah. Pembuatan motif tenun berdasarkan bentuk daun dan buah dapat digambarkan dengan bentuk daun yang memiliki kesamaan dengan daun

pokok hanya saja memiliki ukuran yang lebih kecil. Bentuk buah disederhanakan dengan bentuk dasar lingkaran yang disusun secara berulang-ulang seperti dalam prinsip pola hias.



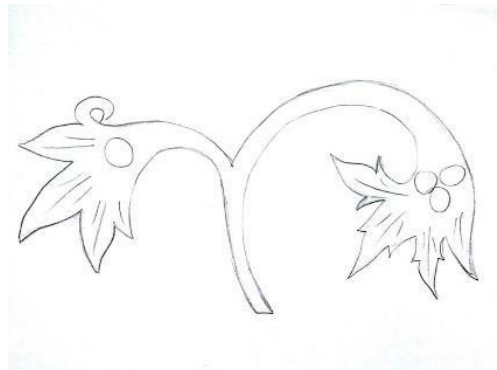
Gambar 10. Bentuk buah diukiran
Sumber : Jurnal DKV Dinus, Dimas Irawan, 2019

2. Motif ini adalah penyederhanaan dari motif ukir pecahan yang digambarkan berupa garis lurus melengkung yang biasanya berjumlah 3 baris. Motif pecahan yang digambarkan berupa garis tipis yang terletak di tengah-tengah daun pokok atau daun.



Gambar 11. Bentuk daun diukiran
Sumber : Jurnal DKV Dinus, Dimas Irawan, 2019

3. Motif adalah penyederhanaan dari motif ukir daun pokok yang digambarkan melalui bentuk daun dengan ukuran besar yang melingkar atau bentuk relung. Motif daun pokok dibuat dengan menggunakan prinsip perulangan repetisi.



Gambar 12. Bentuk lengkung diukiran
Sumber : Jurnal DKV Dinus, Dimas Irawan, 2019

b. Verbal

a. Judul / Headline

Headline adalah judul yang dibuat khusus untuk menjadi efektif dan menarik mengarahkan pembaca ke materi tertentu. Peletakan headline tidak selalu pada awal tulisan, namun merupakan bagian utama yang pertama dilihat oleh orang. Orang akan merasa tertarik pada sebuah iklan didasarkan pada apa yang dilihat dan yang dibaca.

Headline yang digunakan pada materi iklan ini adalah suatu kalimat atau nama dari perusahaan yaitu Tjah kreatif. Kalimat di headline akan

dijelaskan dengan sub headline dengan sederhana dan mudah dimengerti oleh pembaca.

b. Sub Headline

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. Sub headline yang digunakan *Collection*. Sub headline menggunakan kata *Collection* yang mengartikan koleksi produk dari Tjah Kreatif.

c. Bodycopy

Bodycopy merupakan informasi detail yang menjelaskan tentang subheadline. 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 Produk yang dijual di Tjah Kreatif yang di cantumkan pada media plan flyer dan panduan dalam merawat kain tenun di karu panduan yang disertakan dalam kemasan.

d. Product shot

Product shoot adalah menampilkan produk yang ditawarkan, biasanya berupa gambar. Mana mungkin orang akan tertarik jika tidak ada gambar produknya, oleh karena itu product shot sangat penting disampaikan. Foto dari macam – macam produk dari Tjah Kreatif yang diterapkan pada media plan flyer.



Gambar 13. Contoh foto produk shot

Sumber : toko kain tenun Jepara, NN, 2020

f. 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, meskipun ukuran fontnya kecil akan berusaha dibaca (font tetap harus memiliki kadar keterbacaan secara normal). Baseline yang dicantumkan berupa alamat, nomor telepon, nomor Whatsapp, dan alamat akun Instagram.

2. Konsep Teknis

Pada perancangan ini menggunakan beberapa alat dan software untuk penunjangnya, berbagai alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Kartas A4 untuk membuat sketsa
- Pensil 2B untuk menggambar sketsa
- Penghapus
- Penggaris



Gambar 14. Gambar Alat Tulis
Sumber : blibli.com, toko alat tulis, 2020

Setelah sketsa masuk dalam proses Tracing dan coloring dalam tahap ini diperlukan computer dengan spesifikasi :

- Processor AMD A6 – 5400K APU 3.60Hz
- Chipset AMD
- Memori 4 GB



Gambar 15. Personal Komputer
Sumber : jualkomputer.com, andi, 2020

Ada beberapa software dan hardware yang digunakan :

a. Kamera

Kamera adalah alat utama dalam pengambilan foto produk menggunakan kamera Nikon D90 karena kamera ini cukup mumpuni dalam pengambilan foto produk.

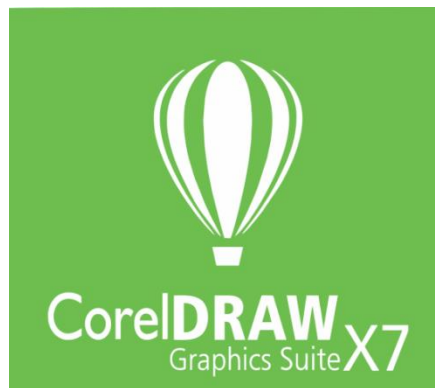


Gambar 16. Kamera Nikon D90

Sumber : www.ephotozine.com, 2020

a. Corel Draw X7

Corel Draw adalah sebuah aplikasi grafis di bidang vektor, ilustrasi, dan edit foto. Aplikasi ini dikembangkan oleh perusahaan Corel yang berasal dari Ottawa Ibu kota Kanada. Bagi para desainer grafis, Corel Draw bukanlah sebuah *software* yang asing lagi. Karena fungsinya sebagai pengolah grafis, *software* ini terbilang sangat membantu dalam membuat sebuah gambar atau sketsa tertentu. Corel Draw sangat cocok dalam pembuatan karya media iklan dan kemasan untuk Tjah Kreatif seperti pembuatan desain kemasan dan media plan lainnya.



Gambar 17. CorelDraw X7

Sumber : aplikasi CorelDraw X7 , 2020

b. Adobe Photoshop CS6

Adobe Photoshop adalah sebuah *software* yang dikembangkan oleh Adobe Systems. Berfungsi sebagai perangkat lunak pengolah (edit) foto atau gambar dengan kualitas tinggi. Photoshop digunakan sebagai pengeditan foto produk yang akan digunakan dalam media iklan.



Gambar 18. Photoshop CS6

Sumber : aplikasi Photoshop CS6, 2020

3. Media Plan

1. Box Kemasan

a. Kemasan Primer

Kemasan sebagai peran penting sebagai pembungkus kain tenun, menggunakan bahan box tebal berwarna sebagai kemasan primer yang dirancang dengan elegan dan memiliki daya tarik tersendiri sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli.

b. Kemasan Sekunder

Kemasan sebagai pelindung kemasan primer sehingga memudahkan konsumen untuk membawa produk. Bahan yang digunakan kemasan sekunder adalah peperbag. Kemasan sekunder juga harus dirancang dengan modern elegan yang sesuai dengan kemasan primer.

2. Kemasan Plastik

Kemasan plastik doff yang atasnya diberi label identitas Tjah Kreatif dan diberi pita agar mudah membawa

3. Spanduk

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

4. Roll Banner

Roll banner mampu berdiri tegak secara vertikal 90 derajat karena rangkanya yang berada di bagian atas dan bawah. Kain banner dapat digulung dan disesuaikan tingginya tanpa harus melepas keseluruhan rangkanya. Bahan *roll up banner* yang sering dipakai yaitu *flexi, pvc/luster, albatros* atau *photopaper*. Roll

benner sangat fleksibel sehingga dapat digunakan dalam pendukung display produk.

5. Kartu Nama

Kartu nama menyampaikan informasi dari perusahaan secara formal dengan mencakup anam perusahaan, nama pemilik, alamat, dan informasi kontak.

6. Poster

Poster merupakan suatu media publikasi yang memadukan antara tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak. Poster dipasang di tempat keramaian dan strategis. Informasi yang disampaikan oleh poster bersifat mengajak. Poster juga merupakan salah satu bentuk dari seni grafis dua dimensi yang memadukan antara huruf, angka, dan gambar pada media kertas yang besar. Umumnya ditempelkan di bidang dengan permukaan yang rata, seperti dinding atau papan, di pusat-pusat keramaian.

7. Flyer

Flyer adalah suatu alat pemasaran yang biasanya dicetak dalam bentuk kertas, dengan ukuran yang biasanya tidak terlalu besar, dan maksimal menggunakan ukuran kertas A4 berbahan HVS, art paper, ataupun art carton. Flyer untuk Tjah Kreatif dilengkapi dengan Headline, sub headline, bodycopy, foto produk, dan baseline yang memperkaut pemasaran Tjah Kreatif.

8. Tumbler

Menggunakan tumbler sebagai media promosi. Tumbler sering digunakan sebagai media untuk mempromosikan sesuatu baik itu benda maupun perusahaan tertentu dengan ditunjukkan kepada pelanggan melalui logo yang tertera. Tumbler ini dinilai sangat baik dijadikan media plan karena selalu digunakan dalam beragam aktivitas sehari-hari. Logo Tjah Kreatif yang diterapkan pada tumbler.

9. Stiker

Stiker adalah suatu media informasi visual yang berupa lembaran kertas kecil atau plastik yang dapat ditempelkan. Jika dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* stiker adalah lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempel. Stiker adalah media promosi yang ditempel atau dilekatkan pada produk atau barang yang menunjukkan identitas suatu produk agar mudah dikenal orang. Stiker yang dibuat dengan logo Tjah Kreatif menggunakan bahan vinil.