

BAB III

KONSEP DAN PROSES PERANCANGAN

II.5.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan adalah untuk keperluan penelitian. Adapun dalam proses desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers* ini, penulis mengambil beberapa metode pengambilan data yang terbagi atas data primer dan data sekunder.

III.I.1. Data Primer

Dalam data primer ini penulis menggunakan metode observasi lapangan mengenai ciri khas yang ada di Sumatera Utara, untuk dilakukan pengamatan berupa visual dari rumah adat, ikon, ornamen, patung dan geografis daerahnya untuk dijadikan gambaran dalam membuat sketsa dari desain ilustrasi. Adapun diantaranya lokasi yang menjadi pengamatan Kabupaten Karo, Kota Nias, Kota Medan, Kabupaten Samosir.



Gambar III.1. Riset Guru Patimpus
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.2. Riset Rumah Adat Siwaluh Jabu
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.3. Riset Pakaian Adat Nias
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.4. Riset Batu Loncat Nias
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.5. Riset Istana Maimun
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.6. Riset Mariam Puntung
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.7. Riset Kapal Budaya Batak
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.8. Riset Pemandangan Danau Toba
(Sumber: Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)

III.1.2. Data Skunder

Dalam data sekunder penulis menggunakan kepustakaan berupa beberapa jurnal ilmiah, buku, dan website terpercaya untuk mengumpulkan data dan juga referensi yang akan dibutuhkan dalam pembuatan desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers*.

III.2. Analisis Data

Analisis data merupakan tahap pengolahan data yang telah dikumpulkan dari subjek penelitian, kemudian diuraikan menjadi beberapa kategori sehingga data yang telah terkumpul diharapkan mampu menjadi sebuah solusi. Analisis data yang penulis gunakan yaitu metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats* sebagai berikut:

1. *Strength*

Helm bertema budaya Sumatera Utara dibuat dengan menggunakan teknik manual (teknik lukis dan *airbrush*) sehingga menghasilkan produk miniatur yang modern dan eksklusif di pasaran.

2. *Weaknes*

Karena dibuat dengan teknik manual mulai dari sketsa di atas media helm yang memiliki bentuk yang bulat dan teknik lukis dan *airbrush* serta pemilihan warna dan cat dengan komposisi yang tepat, maka prosesnya lumayan memakan waktu.

3. *Opportunities*

Sejauh ini seniman lukis dan *airbrush* di Sumatera Utara belum ada yang melirik budaya lokal itu sendiri dalam pemilihan tema/konsep untuk diterapkan ke atas media helm. Sehingga desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers* ini masih lebih unggul, unik dan memiliki *value* lebih terhadap seniman.

4. *Threats*

Masih ada bentuk helm yang jauh lebih bagus dari kualitas bahannya. Dari segi konsep, masyarakat masih lebih memilih dengan konsep grafis yang simpel dan kualitas cat yang baik dan juga memilih harga yang lebih terjangkau.

Data yang sudah terkumpul kemudian akan diolah dengan melakukan analisis S-O (*Strength-Opportunities*), W-O (*Weakness-Opportunities*), S-T (*Strength-Threats*) dan W-T (*Weakness-Threats*). Sehingga membantu menghasilkan konsep dan solusi kreatif yang dapat mendukung pembuatan desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers*.

1. Strategi S-O (*Strength-Opportunities*)

Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah membuat kemasan/*packaging* yang modern dan kedetailan terhadap budaya yang ada di Sumatera Utara tersebut. Dengan kombinasi antara teknik manual dan digital ini diharapkan dapat menampilkan kesan menarik dan eksklusif.

2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi yang akan dihasilkan dari kombinasi ini adalah dengan memproduksi massal agar menekan biaya produksi.

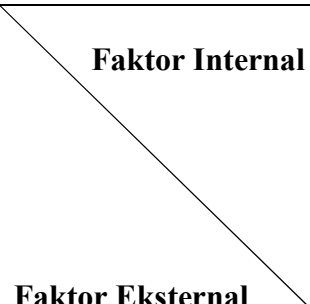
3. Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Strategi yang akan dihasilkan pada kombinasi ini adalah dengan menekankan strategi periklanan di Sosial Media seperti Instagram untuk menjangkau banyak pihak, terutama para bikers kaum muda.

4. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi yang akan dihasilkan dari kombinasi ini adalah dengan melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah agar desain ilustrasi pada helm sebagai merchandise bikers ini dapat diterima wisatawan lokal ataupun mancanegara yang berkunjung ke Sumatera Utara..

Tabel III.1 Analisis SWOT Perancangan *Merchandise* Miniatur Rumah Adat Sebagai Media Perkenalan Budaya Sumatera Utara

Faktor Internal 	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	1. Menggunakan teknik manual (teknik lukis dan <i>airbrush</i>). 2. Modern. 3. Eksklusif.	1. Sketsa diatas media bulat. 2. Pemilihan cat, penentuan komposisi.
Faktor Eksternal	Strategi S-O	Strategi W-O
<i>Opportunities</i> 1. Belum ada yang melirik ke konsep budaya lokal. 2. Meningkatkan values bagi seniman, karena <i>bikers</i> berburu produk yang unik dan eksklusif.	Membuat kemasan/ <i>packaging</i> yang modern dan kedetailan terhadap budaya yang ada di Sumatera Utara tersebut. Dengan kombinasi antara teknik manual dan digital ini diharapkan dapat menampilkan kesan menarik dan eksklusif.	Memproduksi massal agar menekan biaya produksi.

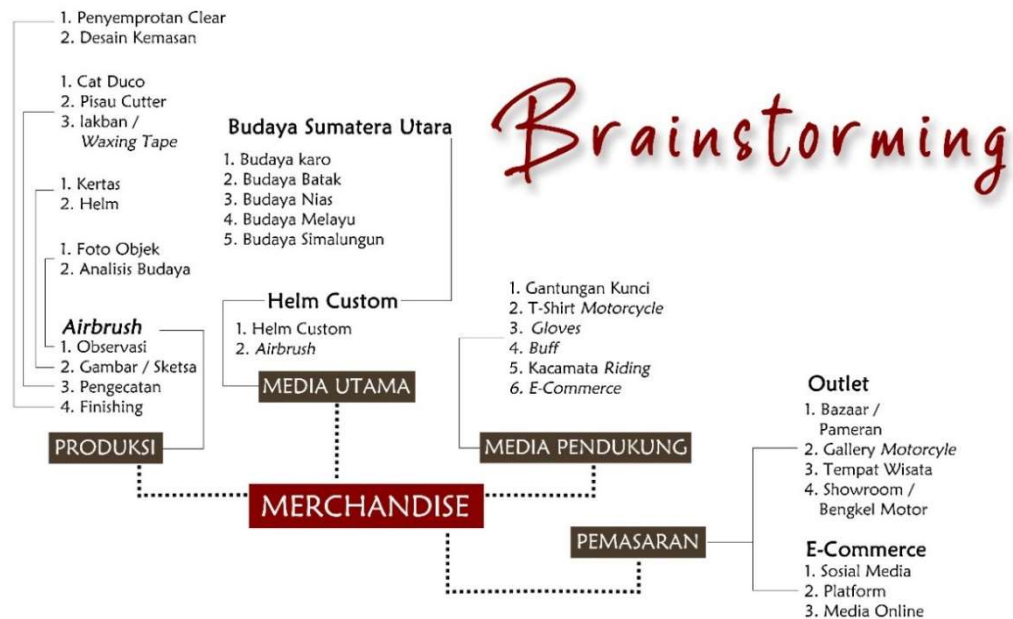
<i>Threats</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Masih ada bentuk helm yang lebih jauh dari kualitas bahannya. 2. Dari segi konsep, masyarakat masih memilih konsep grafis yang simpel dan kualitas cat yang baik, serta harga yang terjangkau.	Menekankan strategi periklanan di Sosial Media seperti Instagram untuk menjangkau banyak pihak, terutama para <i>bikers</i> kaum muda.	Melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah agar desain ilustrasi pada helm sebagai <i>merchandise bikers</i> ini dapat diterima wisatawan lokal ataupun mancanegara yang berkunjung ke Sumatera Utara.

III.3. Ide Kreatif

Dalam menciptakan sebuah ide kreatif dari desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers* ini, penulis membagikan kedalam beberapa poin dibawah. Point-point tersebut berisi metode berpikir, tema, target pengguna, dan strategi kreatif.

III.3.1. Metode Berfikir

Berikut merupakan metode berfikir berupa *brainstorming*. *Brainstorming* adalah metode berfikir yang penulis lakukan untuk mendapatkan ide-ide mentah yang kemudian akan diolah dalam desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers*.



Gambar III.9. Brainstorming
(Sumber : Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)

III.3.2. Tema

Konsep desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers* yang akan penulis gunakan adalah visual dari rumah adat, ikon, ornamen, patung dan geografis daerahnya.

III.3.3. Target Pengguna

Target pengguna adalah orang-orang yang menjadi tujuan ataupun sasaran dari *merchandise* ini dibuat. Target pengguna ini dibagi menjadi beberapa poin, yaitu:

a. Demografis

Adapun target pengguna dari *merchandise* ini berdasarkan demografisnya ialah orang-orang dengan kriteria sebagai berikut :

- Umur : 17 Tahun s/d 65 Tahun
- Jenis Kelamin : Pria/Wanita

b. Psikografis

Adapun target pengguna dari ini berdasarkan sisi psikografisnya ialah orang-orang yang biasanya memiliki minat seperti perjalanan wisata, kolektor, *bikers*, otomotif, penikmat budaya. Selain itu target pengguna berdasarkan psikografis ini bisa juga ditujukan kepada orang-orang yang senang berbelanja ketika berpergian, suka dengan dunia otomotif, suka mengumpulkan barang-barang dengan berciri khas budaya.

c. Geografis

Sedangkan dari sisi geografisnya, adapun orang-orang yang menjadi target pengguna ialah wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Utara, baik lokal maupun mancanegara, *bikers*, masyarakat yang cinta dengan budaya.

III.3.4.Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan dalam penyampaian ataupun promosi kepada konsumen / masyarakat adalah dengan cara :

1. Memaksimalkan potensi sosial media

Strategi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan sosial media sebagai etalase produk yang akan dipasarkan ke masyarakat dan secara rutin akan memberikan informasi ataupun *update* terbaru di akun sosial media yang akan dijadikan etalase produk.

2. Menggunakan jasa influencer atau *key opinion leaders* (KOL)

Ada banyak influencer yang tersebar seperti *brand ambassador*, *brand advocates*, makro, mikro dll. Maka dari itu akan memanfaatkan influencer

sebagai pendongkrak produk agar menjangkau masyarakat luas.

3. Menjajal program afiliasi atau kolaborasi

Strategi pemasaran lewat program afiliasi ini memungkinkan akan memasarkan produk-produk ke target pasar potensial lewat partner-partner terpercaya ataupun dengan pemerintah lokal/daerah.

III.4. Konsep Media

Dalam menciptakan sebuah ide kreatif dari desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers* tidak lepas dari yang namanya konsep, karena saat merancang sebuah karya seni dan desain kita akan melewati *fase trail and error* dalam pengerjaannya. Adapun konsep media yang akan di tampilkan ialah media utama dan media pendukung.

III.4.1. Media Utama

Media utama yang akan digunakan dalam skripsi karya ini adalah desain ilustrasi pada media helm dengan bertemakan budaya Sumatera Utara dengan teknik manual (teknik lukis dan *airbrush*).

III.4.2. Media Pendukung

Adapun beberapa media pendukung yang akan dibuat, antara lain :

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. Buku katalog, | 4. Gantungan Kunci, |
| 2. Sarung Helm, | 5. <i>Sticker</i> , |
| 3. Poster Perancangan, | 6. <i>X-Banner</i> . |

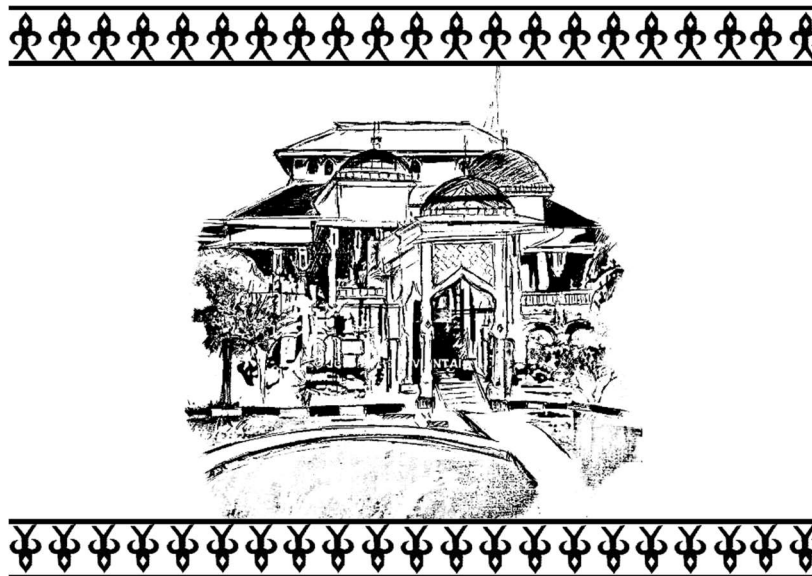
III.5. Visualisasi

III.5.1. Pengembangan Elemen Visual

Berikut ini merupakan pengembangan elemen visual dalam proses pembuatan desain ilustrasi pada helm bertema budaya Sumatera Utara sebagai *merchandise bikers*.

1. Sketsa

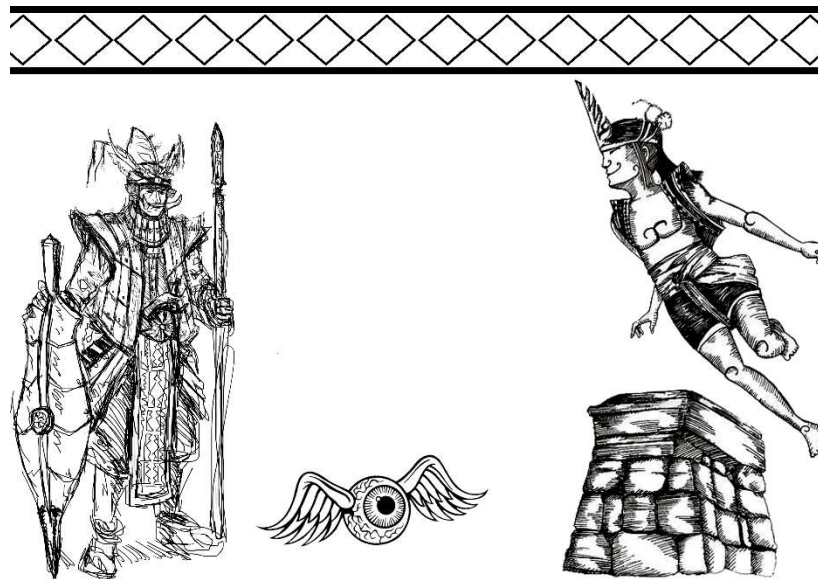
Berikut adalah sketsa dari beberapa budaya di Sumatera Utara yang di adopsi dari bentuk rumah adat, ikon, ornamen, patung dan geografis daerah dimana lokasinya berada untuk kebutuhan atau pemetaan yang akan digunakan dalam pembuatan desain ilustrasi pada helm.



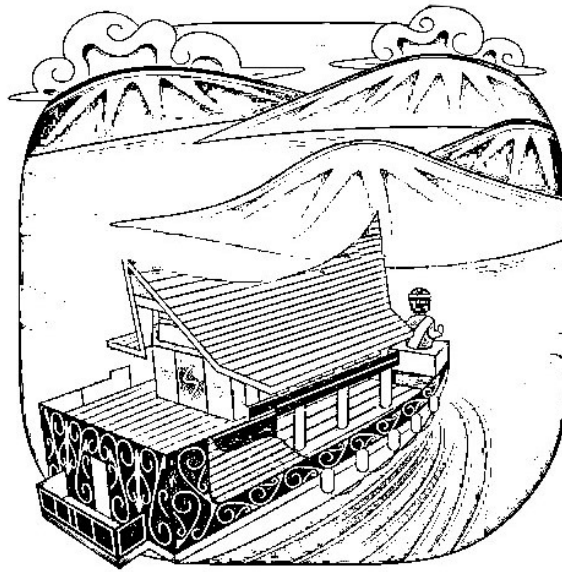
Gambar III.10. Sketsa Budaya Melayu
(Sumber : Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.11. Sketsa Budaya Karo
(Sumber : Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.12. Sketsa Budaya Nias
(Sumber : Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)



Gambar III.13. Sketsa Budaya Batak
(Sumber : Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)

2. Proses Kerja

Dalam tahap ini, pertama yang pengkarya lakukan adalah mengecat seluruh bodi dari helm dengan warna dasar, kemudian pengkarya mencoba membuat sketsa terlebih dahulu pada permukaan helm dengan menggunakan kuas lukis dan *spraygun* sesuai dengan konsep yang sebelumnya sudah di persiapkan.



Gambar III.14. Proses Kerja
(Sumber : Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)

3. *Coloring dan Finishing*

Mempersiapkan mengoplos warna yang akan digunakan sesuai dengan jumlah warna yang dibutuhkan. Dilanjutkan dengan menutup beberapa bagian lain yang tidak diinginkan terkena lukis dan airbrush dengan lakban atau maxing tape untuk membuat motif. Sehingga dapat terealisasi dengan baik bentuk dari ilustrasi budaya Sumatera Utara.



Gambar III.15. *Coloring dan Finishing*
(Sumber : Novriyadi Tari Fahlevi, 2023)