

BAB 3: DATA

3.1. Data Verbal Getuk Eco

Getuk Eco adalah salah satu merk legendaris yang menjual getuk tri warna di Magelang. Usaha Getuk Eco bermula pada tahun 1976 di Kota Magelang oleh Bapak Ridwan Purnomo beserta Ibu Susi Inawati ingin membuka usaha Getuk untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Pada masa itu, Getuk Eco hanya dititipkan dan dijual di warung terdekat dan agen travel hingga suatu hari seorang agen Travel meminta pemilik untuk memberi nama dan merk untuk getuknya dan lahirlah merk Getuk Tri Warna Eco.

Tri Warna karena getuk yang dijual terdiri dari adonan 3 warna, Sementara “Eco” berarti enak (Bahasa Jawa), selain itu, kata “Eco” juga mudah disebutkan. Hingga pada tahun 2010, Getuk Tri Warna Eco memiliki toko oleh-oleh sendiri di Jalan D.I. Panjaitan no. 5 Kota Magelang.



Gambar 3. 1 Toko Getuk Eco

Tidak hanya menjual makanan khas Magelang, Getuk eco juga menerima rombongan wisatawan atau rombongan anak sekolah yang ingin melihat langsung pembuatan jajanan khas Magelang ini dengan biaya Rp. 15.000 per orang. Sementara kapasitas dari Workshopnya pun muat 100 orang, namun sejak adanya Pandemi, kapasitas memang dikurangi dan menggunakan ruangan dengan siklus perputaran udara yang lebih baik untuk mematuhi aturan dan taat protokol Kesehatan.

Getuk Eco juga pernah mengadakan acara-acara seperti kunjungan TK, acara Bersama Dokter, serta menerima kunjungan dari Duta Besar Negara Sahabat dan kunjungan Duta Wisata Magelang 2015. Acara dan beberapa kunjungan ini juga membuat

nama Getuk Tri Warna Eco semakin terkenal sebagai salah satu merk yang menjual produk jajanan Khas Magelang.



Gambar 3. 2 Kunjungan Duta Besar Negara Sahabat

Menurut Wawancara Kompas kepada pengelola Getuk Tri Warna Eco, Produknya sudah berinovasi menggunakan teknologi Vakum saat pengemasan sehingga Getuk Tri Warna Eco dapat tahan hingga 2-3 minggu sedangkan Getuk yang tidak dikemas dengan cara Vakum hanya bertahan 2 hingga 3 hari sejak hari pembuatan saja. Hal ini membuat Getuk Tri Warna Eco lebih unggul dibanding produk getuk dari merk lain yang tidak di Vakum dan hanya tahan 2 hingga 3 hari setelah pembuatan. Selain itu, Getuk Tri Warna dari Eco juga lebih aman jika dikirim atau dibawa menjadi oleh oleh ke luar kota atau luar negeri karena lebih tahan lama.



Gambar 3. 3 Getuk Eco menggunakan kemasan Vakum

Dari data-data yang sudah terkumpul, maka analisa data terhadap Getuk Eco sudah dapat dilakukan. Berikut adalah beberapa analisa data dari Getuk Eco menggunakan USP (*Unique Selling Points*) dan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

1. Analisa USP (*Unique Selling Points*)

Analisis USP atau Unique Selling Points adalah teknik yang menganalisa kelebihan atau keunikan suatu produk atau layanan dengan kompetitor. USP yang dimiliki Getuk Eco adalah produknya sudah berinovasi menggunakan teknologi pengemasan vakum sehingga Getuknya dapat bertahan lebih lama (2-3 minggu) dibanding kompetitornya yang produk getuknya hanya dapat bertahan dalam waktu 2-3 hari sejak dibuat, sehingga Getuk Eco lebih cocok dijadikan oleh-oleh khas Magelang atau dikirim keluar daerah karena lebih tahan lama.

2. Analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Analisa SWOT adalah teknik yang menganalisa posisi suatu perusahaan, merk atau orang melalui 4 aspek yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman guna merencanakan dan menentukan langkah atau strategi selanjutnya yang akan diambil. Berikut adalah analisa SWOT dari Getuk Eco:

Strength (Kekuatan)

- Harga lebih terjangkau dibanding kompetitor
- Menggunakan teknologi pengemasan vakum (Produk lebih awet)
- Memiliki outlet sendiri dengan nama “Getuk Eco” di tengah kota Magelang
- Sudah jadi produsen getuk tri warna Magelang sejak 1976

Weakness (Kekurangan)

- Pendapatan menurun ketika jumlah wisatawan berkurang
- Kurangnya promosi dan pemasaran kreatif
- Penjualan online tidak memuaskan

Opportunity (Peluang)

- Masa pandemi berakhir dan wisatawan kembali berdatangan
- Daya beli dan minat beli konsumen meningkat
- Masyarakat suka membeli jajanan secara online

Threat (Ancaman)

- Masa pandemi tidak kunjung selesai
- Berkurangnya daya beli dan minat beli konsumen
- Ditutupnya tempat wisata di Magelang

3.2. Data Visual Getuk Eco

Sebagai sebuah brand, Getuk eco juga memiliki beberapa identitas visual seperti warna, maskot, dan logo. Berikut adalah beberapa identitas visual milik Getuk Eco.

1. Logo

Getuk Eco memiliki Logotype dengan jenis huruf Seriff.yang terkesan tebal.



Gambar 3. 4 Logotype getuk Eco



Gambar 3. 5 Logogram Getuk Eco

2. Maskot

Maskot dari Getuk Eco adalah singkong yang memiliki tangan, kaki serta wajah karena bahan dasar dari Getuk adalah singkong.



Gambar 3. 6 Maskot lama (kiri) dan maskot baru (Kanan) Getuk Eco

3. Warna

Warna yang digunakan pada getuk Eco adalah warna hitam, putih, merah dan kuning keemasan. Getuk Eco juga memiliki sosial media seperti Instagram untuk memasarkan produknya (@getuk.triwarna.eco). Desain warna pada Feeds Instagram Getuk Eco menggunakan warna yang diambil dari getuk Tri Warna yaitu merah muda, coklat, dan putih pucat.



Gambar 3. 7 Warna pada brand Getuk Eco



Gambar 3. 8 Warna dari Getuk Tri Warna



Gambar 3. 9 Warna desain feeds Instagram Getuk Eco

3.3. Data Kemasan Getuk Tri Warna Eco

Getuk Tri Warna Eco dijual dalam 2 varian, yaitu versi getuk non-vakum yang hanya bertahan selama 2-3 hari setelah dibuat dan versi getuk vakum yang dapat bertahan lebih dari seminggu sejak dibuat. Keduanya memiliki desain kemasan yang mirip namun dengan ukuran berbeda, karena jumlah isinya pun berbeda. Getuk non-vakum berisi 16 buah getuk sementara yang vakum berisi 12 buah Getuk Saja.



Gambar 3. 10 Kemasan vakum (kiri) dan kemasan non-vakum (kanan)

Sumber : Dokumentasi pribadi

3.4. Data Kemasan Getuk Tri Warna non-vakum merk Eco

Kemasan Getuk Tri Warna Eco varian non-vakum memiliki dimensi Panjang 12,5 cm, lebar 11 cm, dan tinggi 6 cm. Kemasan ini berisi 16 buah getuk tri warna.

- Bagian Atas

Pada bagian atas kemasan terdapat logotype serta logogram Eco, lalu ada maskot Getuk Eco, beberapa tipografi berisi informasi mengenai alamat outlet dan terkait produk, serta logo Hallal.



Gambar 3. 11 Kemasan Getuk Tri Warna Eco tampak atas

- Bagian Depan

Pada bagian depan kemasan, terdapat maskot Getuk Eco, ilustrasi foto dari Getuk Tri Warna, lalu ada juga logotype merk Eco dan tipografi “Getuk Tri Warna”



Gambar 3. 12 Kemasan Getuk Tri Warna Eco tampak depan

- Bagian Kanan, Kiri, Belakang.

Pada bagian kanan, kiri dan belakang memiliki desain yang sama, yaitu terdapat maskot Getuk Eco, tipografi “Getuk Tri Warna”, Logogram dan Logotype Getuk Eco.

- Kerangka kemasan



Gambar 3. 15 Kerangka Kemasan Getuk Tri Warna Eco

3.5. Data Kemasan Getuk Tri Warna vakum merk Eco

Kemasan Getuk Vakum Tri Warna dari Eco memiliki desain yang mirip dengan getuk non vakum, namun dimensinya lebih kecil karena berisi 12 buah getuk saja. Di dalamnya terdapat 12 buah getuk yang sudah di vakum dan catatan tentang cara menghangatkan getuk agar memiliki tekstur yang lembut saat dimakan. Kemasan produk ini memiliki dimensi Panjang 12cm, lebar 7cm dan tinggi 6 cm.

- Bagian atas

Terdapat tipografi Getuk Tri warna, logogram dan logotype Eco, serta maskot singkong dari merk Eco.



Gambar 3. 16 Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco tampak atas

- Bagian depan

Pada bagian depan kemasan terdapat ilustrasi foto getuk, tipografi yang berisi informasi tentang isi produk, keterangan mengenai alamat dan merk Getuk Eco, logo Hallal, serta potongan ilustrasi singkong.



Gambar 3. 17 Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco tampak depan

- Bagian belakang

Bagian belakang kemasan berisi Informasi Nilai Gizi.



Gambar 3. 18 Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco tampak belakang

- Bagian bawah

Pada bagian bawah kemasan, terdapat informasi tentang Getuk Eco, serta instruksi untuk menghangatkan getuk vakum agar teksturnya kembali lembut. Selain itu, ada juga informasi mengenai kode produksi dan tanggal expired produk.



Gambar 3. 19 Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco tampak bawah

- Bagian kiri

Di bagian kiri kemasan hanya ada potongan maskot saja.



Gambar 3. 20 Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco tampak kiri

- Bagian kanan

Pada bagian kanan kemasan terdapat barcode dan informasi seputar media sosial Getuk Eco seperti Instagram, Facebook serta website dan email dari Getuk Eco.



Gambar 3. 21 Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco tampak kanan

- Bagian dalam kemasan

Pada bagian dalam, tidak ada elemen visual, hanya putih polos dan memiliki ruang yang cukup untuk produknya.



Gambar 3. 22 Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco bagian dalam

- Kerangka Kemasan



Gambar 3. 23 Kerangka Kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco

3.6.Data Khalayak Sasaran

Data khalayak sasaran pada perancangan ini akan disajikan dalam bentuk persona, yang menggambarkan atau mewakili target dari perancangan ini dalam beberapa individu. Berikut adalah beberapa data khalayak sasaran dari perancangan ini dalam bentuk persona.

1. Melisa (22)



- Basic Information:

Mahasiswi semester akhir berusia 22 tahun, seorang *freelancer*, tinggal di suatu kota di luar Magelang.

- Personality

Aktif, suka main media sosial seperti Instagram, suka membeli jajanan atau makanan khas suatu daerah, suka nyemil

- Goals

Membeli makanan atau jajanan khas suatu daerah yang memiliki visual kemasan yang menarik.

- Pain Points

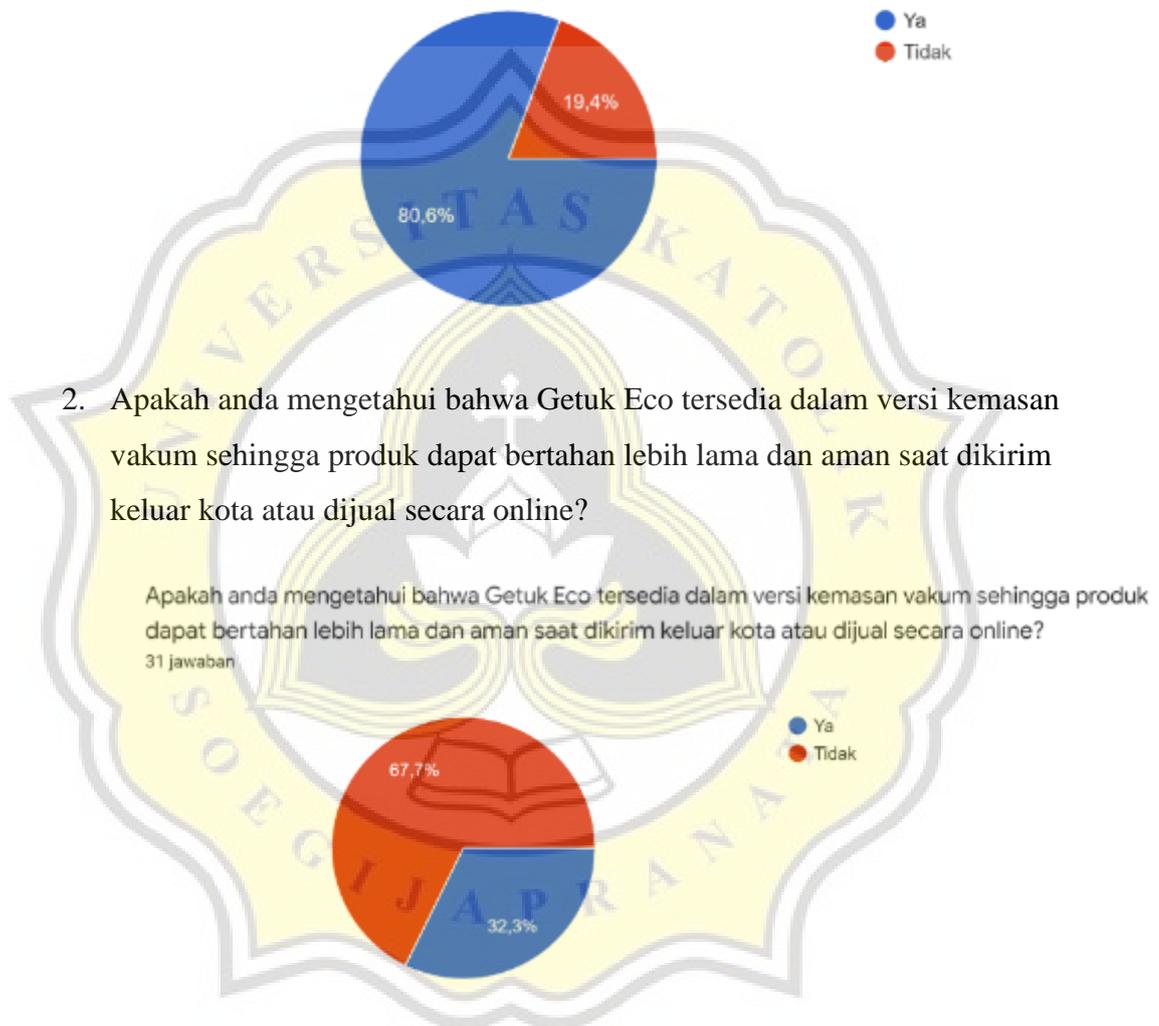
Jajanan dan makanan daerah tertentu yang dijual memiliki desain kemasan yang kurang menarik.

3.7. Data Kuisisioner

Responden dari kuisisioner ini adalah 31 masyarakat yang tidak tinggal di Magelang, serta memiliki rentang usia antara 18-25 tahun (Milenial).

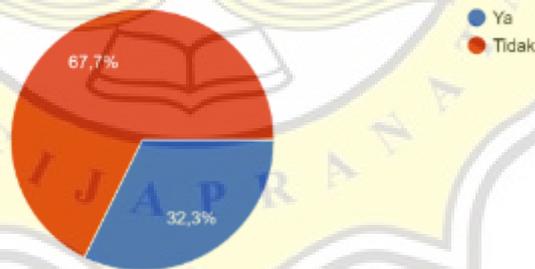
1. Apakah anda tau merk yang menjual Getuk Tri Warna Bernama “Getuk Eco”?

Apakah anda tau merk yang menjual Getuk Tri Warna bernama "Getuk Eco"?
31 jawaban



2. Apakah anda mengetahui bahwa Getuk Eco tersedia dalam versi kemasan vakum sehingga produk dapat bertahan lebih lama dan aman saat dikirim keluar kota atau dijual secara online?

Apakah anda mengetahui bahwa Getuk Eco tersedia dalam versi kemasan vakum sehingga produk dapat bertahan lebih lama dan aman saat dikirim keluar kota atau dijual secara online?
31 jawaban



3. Menurut anda, apakah visual kemasan yang digunakan sekarang sudah menarik?

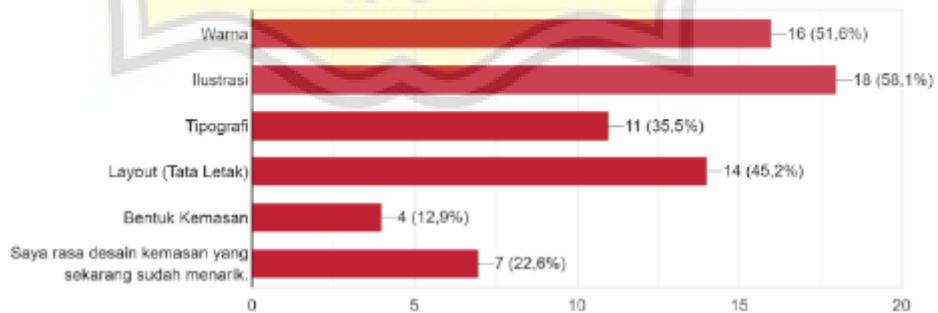


Menurut anda, apakah visual kemasan yang digunakan saat ini sudah menarik?
31 jawaban



4. Jika kemasan sekarang kurang menarik, elemen visual apa saja yang perlu di re-desain agar terlihat lebih menarik?

Jika kemasan yang sekarang kurang menarik, menurut Anda elemen visual apa saja yang perlu di re-desain pada desain kemasan Getuk Eco saat ini agar terlihat lebih menarik ?
31 jawaban



5. Menurut anda, ilustrasi apa yang akan menarik jika diaplikasikan ke kemasan produk seperti Getuk Eco?



Ilustrasi berupa foto produk yang bersangkutan (Contoh : Pringles menggunakan ilustrasi berupa foto dari produk keripikinya)



Ilustrasi berupa gambar (Contoh : Gambar pisang dan keju untuk menggambarkan bahwa produk yang dijual adalah roti rasa pisang dan keju)

Menurut anda, ilustrasi apa yang akan menarik jika diaplikasikan ke kemasan produk seperti Getuk Eco?

31 jawaban



6. Tata letak mana yang menurut anda menarik dan cocok untuk kemasan Getuk Eco?



Acak dan dinamis



Tertata dan statis

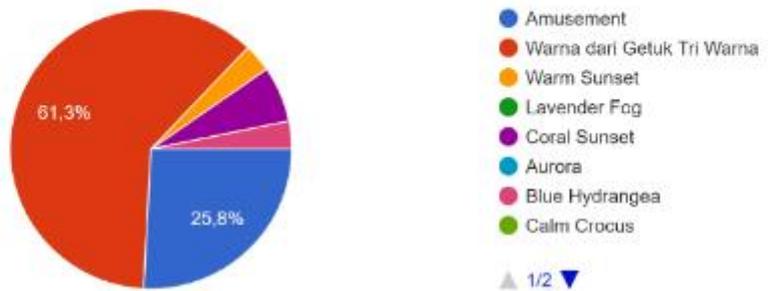
Tata letak mana yang menurut anda menarik dan cocok untuk kemasan Getuk Eco?
29 Jawaban



7. Kombinasi warna apa yang menurut anda paling menarik untuk kemasan Getuk Eco?

- Amalabonari
- Amalabonari
- Coral Sunset
- Autumn
- Warm Sunset
- Lovers' Day
- Blue Hologram
- Blue Ocean
- Cloudy Mountain
- Emerald Day
- Whiskey

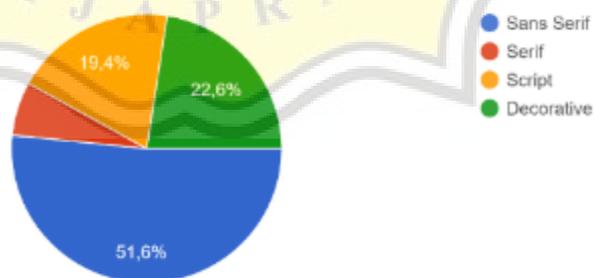
Kombinasi warna apa yang menurut anda paling menarik untuk kemasan Getuk Eco?
31 jawaban



8. Menurut Anda, manakah typeface yang menarik untuk digunakan pada kemasan Getuk Eco?



Menurut Anda, manakah typeface yang menarik untuk digunakan pada kemasan Getuk Eco?
31 jawaban



9. Menurut Anda, mana bentuk kemasan yang menarik, praktis dan cocok untuk kemasan jajanan oleh-oleh seperti Getuk Tri Warna Eco?

Menurut Anda, mana bentuk kemasan yang menarik, praktis dan cocok untuk kemasan jajanan oleh-oleh seperti Getuk Tri Warna Eco?



Box Karton



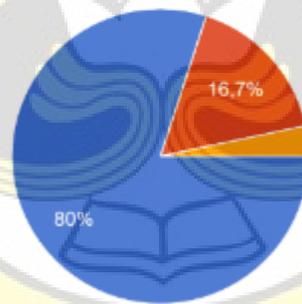
Ziplock (Kemasan Fleksibel)



Paper Bag

Menurut Anda, mana bentuk kemasan yang menarik, praktis dan cocok untuk kemasan jajanan oleh-oleh seperti Getuk Tri Warna Eco?

30 jawaban

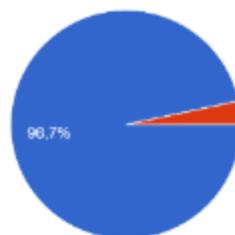


Box Karton
 Ziplock (Kemasan Fleksibel)
 Paper Bag

10. Menurut anda, apakah desain kemasan dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu produk?

Menurut anda, apakah desain kemasan dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu produk?

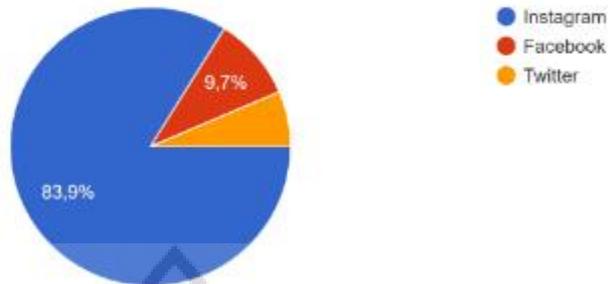
30 jawaban



Ya
 Tidak

11. Media sosial apa yang paling sering anda gunakan?

Media sosial apa yang paling sering anda gunakan?
31 jawaban



Dari data hasil kuisisioner di atas, dapat disimpulkan menjadi beberapa poin sebagai berikut:

- Sebagian besar responden (80,6%) mengetahui Eco sebagai penjual getuk Tri Warna, namun sebanyak 67,7% responden belum mengetahui bahwa Eco menyediakan varian kemasan vakum yang bertahan lebih lama untuk dijual online atau dijual keluar kota.
- 77,4% Responden merasa desain kemasan Getuk Tri Warna Eco saat ini kurang menarik, sedangkan sisanya berpendapat sebaliknya.
- Elemen visual yang paling perlu di re-desain menurut responden adalah ilustrasi (58,1%), lalu warna (51,6%), tata letak (45,2%), tipografi (35,3%) dan yang yang mendapat suara paling sedikit adalah bentuk kemasan (12,9%).
- 64,5% responden berpendapat bahwa ilustrasi gambar lebih menarik diaplikasikan ke kemasan getuk tri warna vakum Eco daripada ilustrasi berupa foto produk.
- Menurut 62,1% responden, tata letak yang acak dan dinamis lebih menarik daripada tata letak teratur dan statis.
- Kombinasi warna yang paling menarik diaplikasikan ke kemasan Getuk Tri Warna vakum Eco menurut responden adalah kombinasi warna yang diambil dari warna getuk tri warna itu sendiri (61,3%)
- Dari 4 jenis typeface, yang paling menarik untuk kemasan ini menurut Sebagian besar responden adalah jenis huruf San Serif (51,6%)

- Bentuk kemasan yang paling banyak diminati oleh responden adalah bentuk box karton (80%)
- Media Sosial yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Instagram (83,9%)
- 96,7% responden berpendapat bahwa desain kemasan mempengaruhi minat beli konsumen

3.8. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan adalah menggunakan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

1. Attention

Memasang iklan di media berisi pesan pertanyaan mengenai jajanan khas Magelang yang akan membuat khalayak sasaran penasaran.

2. Interest

Poster dan Iklan yang di tampilkan di media sosial akan memberi informasi seputar Getuk Tri Warna Vakum khas Magelang dengan gaya desain yang banyak disukai oleh khalayak sasaran berdasarkan kuisioner, sehingga dapat menarik perhatian khalayak. Media yang digunakan untuk promosi adalah media sosial Instagram, karena Instagram adalah media sosial yang paling banyak dipakai oleh khalayak sasaran menurut data kuisioner,

3. Search

Khalayak sasaran yang tertarik dengan iklan di atas akan mulai mencari tahu tentang Getuk Eco dengan melakukan Swipe Up pada iklan tersebut, lalu akan diarahkan ke Instagram Getuk Eco yang memuat beberapa informasi tentang Getuk Vakum Tri Warna Eco beserta lokasi outlet dan tautan toko online milik Getuk Eco.

4. Action

Calon konsumen yang tertarik saat melihat hasil perancangan kemasan Getuk vakum Eco yang baru, mulai membeli produk Getuk Eco dengan cara mengunjungi outlet Getuk Eco, sedangkan konsumen yang memilih membeli produk Getuk Eco secara online akan membeli melalui tautan toko online Getuk Eco

3.9. Strategi Media

Pada perancangan ini, akan ada media utama dan media pendukung. Media utama adalah media dimana ide utama dari perancangan ini dilakukan, sedangkan media pendukung merupakan media yang berfungsi untuk melengkapi dan sebagai pendukung dari media utama.

1. Media Utama

Media utama pada perancangan ini adalah kemasan dari Getuk Tri Warna Eco. Perancangan ini akan membuat visual kemasan tematik baru yang merupakan inovasi dari kemasan lama namun dengan tema dan target anak muda. Kemasan yang baru lebih disesuaikan dengan tema anak muda dengan referensi gaya-gaya desain yang disukai oleh khalayak sasaran berdasarkan kuisioner dan survey yang telah dilakukan. Media utama atau kemasan tematik baru ini tidak menggeser atau menggantikan kemasan yang sudah ada,

2. Media Pendukung

Media pendukung pada perancangan ini adalah berupa poster poster iklan digital di feeds Instagram untuk keperluan promosi produk. Semua media pendukung menggunakan gaya desain yang disesuaikan dengan media utama.

3.10. Perencanaan biaya kreatif

Berikut adalah perancaan biaya kreatif dari perancangan ini:

No.	Item	Harga (Rp)
1.	Biaya cetak kemasan (1000 buah)	2.500.000
2.	Iklan Sosial Media (Instagram Ads 1 bulan)	3.000.000
3.	Paket Desain poster iklan & promosi	2.000.000
4.	Desain Kemasan	4.000.000
5.	Biaya cetak berbagai poster	200.000
	Total:	11.700.000