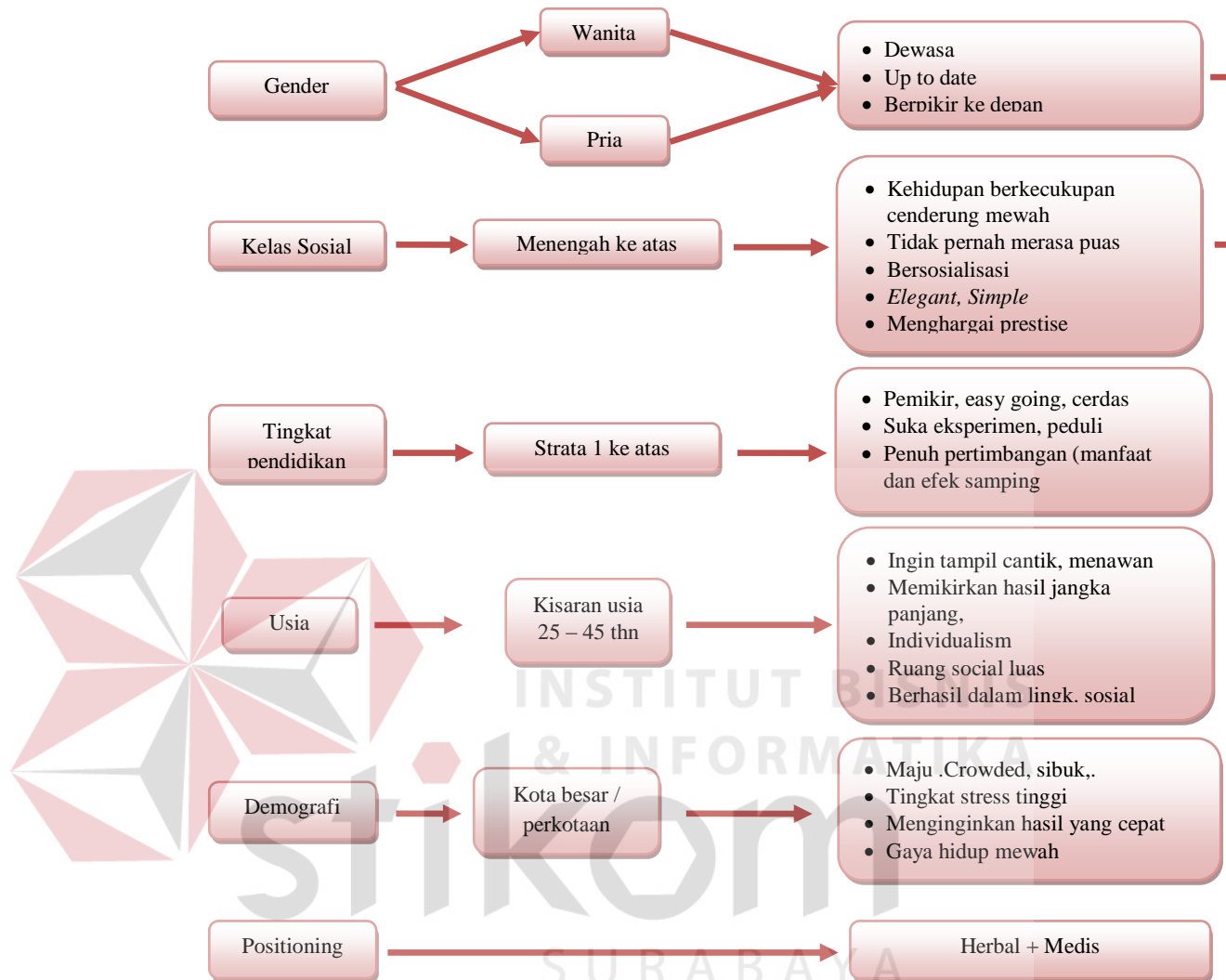




BAB IV
STUDI DAN ANALISA

4.1 Analisa Keyword

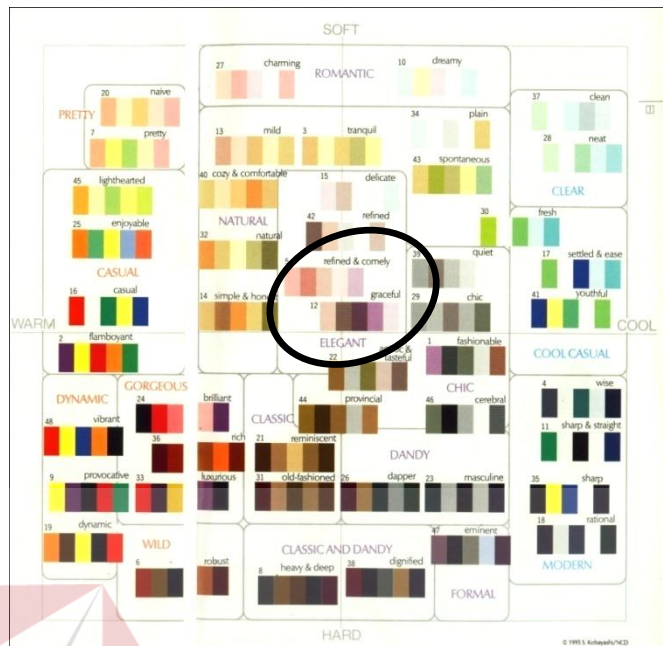
Bagan 4. 1 Analisa Image



Berdasarkan analisa Segmentasi, Targeting dan Positioning yang sudah dilakukan, (bagan 4.1) penulis menarik kesimpulan bahwa kesan image yang harus ditampilkan oleh logo dari Esther House of Beauty adalah “ *Elegance* “ atau ” *Anggun*”. Elegan atau keanggunan bila dianalisa dari segi makna dalam desain merupakan standar *tastefulness*, kesederhanaan dan konsistensi desain, berfokus pada fitur utama atau dasar dari suatu objek, dengan gaya lemah gemulai yang bermartabat, namun mampu memberi penekanan pada keindahan gaya (Novelis Amerika: Robert E). Disamping itu berdasarkan analisa eksisting produk “Anggun” berarti memberikan yang terbaik dengan nilai – nilai responsibility, dinamis, luxurious yang dimiliki oleh Esther House of Beauty sendiri.

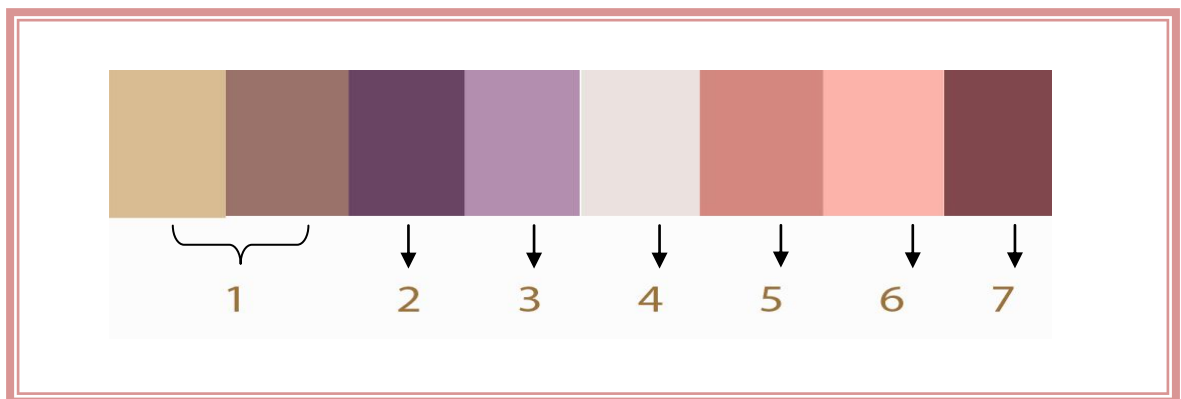
4.2 Analisa Warna

Pemilihan warna dalam desain logo sangat penting, karena warna adalah element yang pertama - tama menarik perhatian dan dapat dirasakan dalam suatu desain. Untuk itu diperlukan kehati – hatian penulis dalam pemilihan warna logo agar tidak gagal dalam menyampaikan maksud dan tujuan dari Esther House of Beauty. Analisa warna dilakukan berdasarkan keyword yang diperoleh tadi yaitu “Elegan / Anggun”. Berikut beberapa penjabarannya :



Gambar 4. 1 Chart untuk pemilihan warna

Pada gambar diatas di peroleh warna yang sesuai dengan keyword. Warna – warna ini akan menjadi pilihan pada saat mendesain. Langkah selanjutnya penulis melakukan analisa lagi terhadap warna yang telah diperoleh dari penelitian warna sebelumnya.



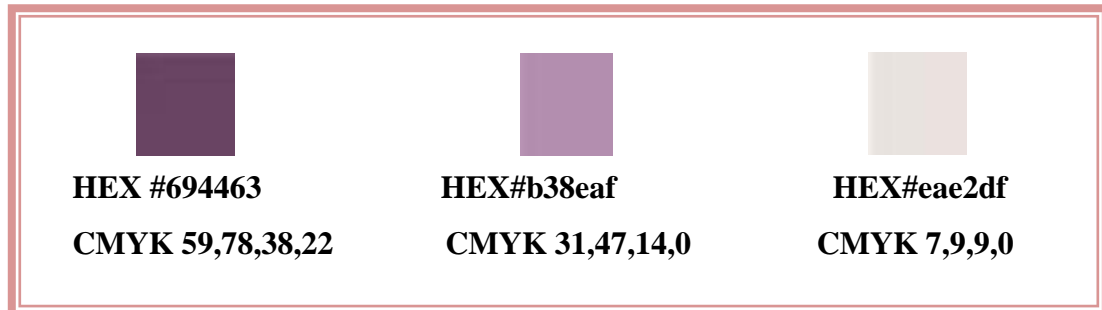
Gambar 4. 2 Warna-warna Elegant



Tabel 4. 1 Analisa Warna

Dari analisa diatas didapatkan warna yang akan digunakan untuk logo Esther House of Beauty yang baru adalah warna dominan ungu tua dan ungu muda, warna sub-dominan broken white. Psikologi warna ungu mengandung keanggunan, *calm taste, graceful*, dan sentuhan fininitas. pengaruh,kebangsawanan, kepercayaan yang dalam, harga diri yang tinggi, sedang broken white mewakili nilai natural dan bersih sebagai perlambangan konsep medis dan herbal pada Esther House of Beauty.

Warna yang dipilih untuk logo Esther House of Beauty :



Gambar 4. 3 Warna – warna terpilih

4.3 Analisa Tipografi

Dalam pemilihan tipografi yang penting untuk digaris bawahi adalah legibility atau tingkat keterbacaan pada logotype, selain mempertimbangkan filosofi dan keyword yang diperoleh. Keyword dari Esther House of Beauty adalah *Elegance* / Anggun. Dari keyword tersebut dipilih jenis font “Serif” (huruf dengan kait), dikarenakan jenis font ini memiliki sifat elegan / anggun, dan mewah tanpa harus kelihatan kaku. Keuntungan jenis font ini memiliki legibility yang baik dan fleksibel untuk semua media.

Logotype Esther House of Beauty yang akan ditulis “Esther” harus menggambarkan Esther House of Beauty sendiri. Seperti halnya dengan warna, logotype “Esther” pun harus menggambarkan keanggunan(*elegance*), *graceful*, dinamis dan memiliki sentuhan feminitas (*feminine touch*). Berikut analisisnya :

- “ esther ” → elephant
- “ esther ” → Adobe Casion Pro Bold
- “ esther ” → Gothic
- “ esther ” → Georgia
- “ esther ” → Garamond
- “ esther “ → Kozuka Mincho Pro B

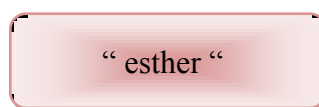
Gambar 4. 4 Alternatif huruf serif



Tabel 4. 2 Analisa Tipografi

Pilihan Huruf	Sesuai dengan Keyword 30%	Sesuai dengan STP 50%	Sesuai dengan Tagline 20%	Jumlah
“ esther ”	2	3	1	2.3
“ esther ”	3	2	4	2.7
“ esther ”	2	1	2	2.1
“ esther ”	3	3	3	3
“ esther ”	1	2	2	1.7
“ esther “	4	3	3	3.3

Dari penelitian tipografi penulis mendapatkan font yang dipakai untuk Logotype Esther House of Beauty. Font dengan nama ‘Kozuka Mincho Pro B’ ini mampu membuat tulisan “esther” menjadi lebih anggun dengan jarak antar huruf yang memadai untuk tingkat legibility.



Gambar 4. 5 Tipografi terpilih

4.4 Analisa Copywriting

4.4.1 Logogram

Logo Esther House of Beauty penulis tidak hanya meredesain logotype tapi juga logogram (image). Berdasarkan keyword 'Elegance / Anggun' penulis merancang ulang desain logo Esther yang harus memiliki sifat :

1. Anggun (Elegance) dalam desain
2. Dinamis ,Modern dan Fleksibel dalam pelayanan

Setelah mengetahui sifat yang harus dimiliki logogram, penulis membuat alternative bentuk untuk logogram. Berikut alternative bentuk yang akan digunakan :

1. Tulip
2. Melati
3. Wanita
4. Daun (herbal)

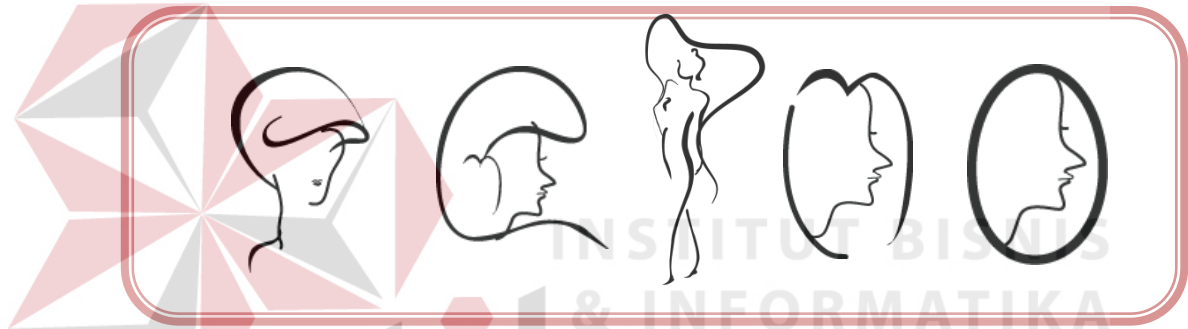
Tabel 4. 3 Analisa Logogram

Pilihan Logogram	Sesuai dengan Keyword 30%	Sesuai dengan STP 50%	Sesuai dengan Tagline 20%	Jumlah
Tulip	1.2	2	0.8	4
Melati	0.9	1.5	0.8	3.2
Wanita	1.2	2	0.8	4
Daun	0.6	1.5	0.4	2.5

Dari penelitian logogram, penulis mengambil kesimpulan logogram yang akan digunakan untuk Esther House of Beauty adalah perpaduan antara ‘wanita’ dan ‘tulip’.






- **Wanita** merupakan perlambangan sejati keanggunan dan symbol kehidupan sebagaimana yang digambarkan oleh Valarie Hurst pada Dermascope Magazine bahwa wanita merupakan icon kecantikan sapanjang masa.
- **Tulip** melambangkan kecantikan alami dan natural dari alam

Sketsa Alternatif Desain



Gambar 4. 6 Sketsa Logogram

Tabel 4. 4 Analisa Logogram

Pilihan Logogram	Sesuai dengan Keyword 30%	Sesuai dengan STP 50%	Sesuai dengan Tagline 20%	Jumlah
	3	2.5	2	7.5
	2.7	2.5	2	7.2
	3	5	2.2	10.2
	1.2	2	1.4	4.6
	1.5	2.5	1.2	4.7

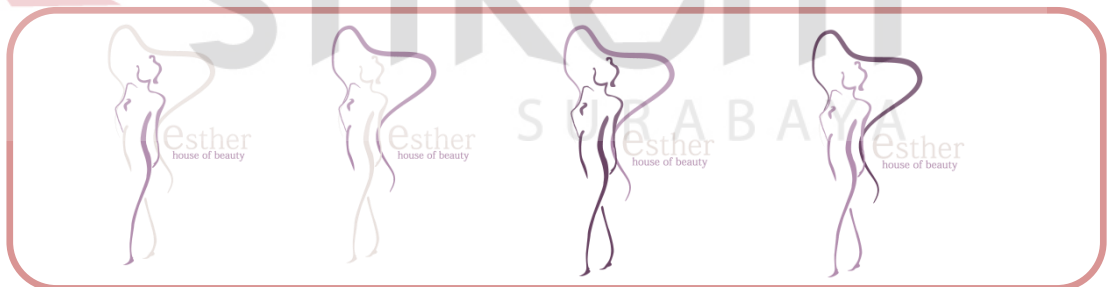
Berdasarkan tabel diatas, penulis mendapatkan logogram yang sesuai untuk Esther House of Beauty. Logogram yang menggambarkan simplify dari wanita ini mewakili gambaran keangguana dan keluwesan dari fleksibilitas yang dimiliki klinik kecantikan Esther. Disamping itu, ada bunga tulip yang memberi penekanan pada herbal dan sifat natural yang dimiliki Esther House of Beauty . Dari segi pelayanan gambaran keseluruhan tubuh sejalan dengan treatment – treatment yang disediakan Esther House of Beauty yakni dari rambut hingga ujung kaki.



Gambar 4. 7 Logogram terpilih





4.4.2 Alternatif Warna

Setelah mendapatkan logogram yang sesuai dengan *keyword*, *STP*, dan *tagline* penulis melanjutkan pada penelitian selanjutnya yaitu menentukan penggunaan warna yang sudah diperoleh dari proses polling pada logogram dan logotype. Dalam hal ini penulis memperhitungkan dengan positioning dari Esther House of Beauty sebagai klinik dengan ciri khas natural (herbal). Berikut adalah alternative warna yang dibuat penulis.



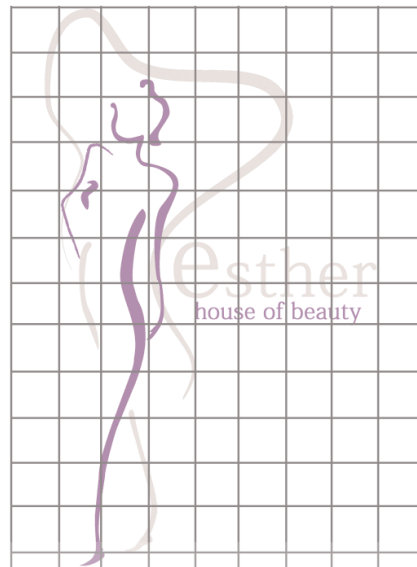
Gambar 4. 8 Alternatif kombinasi warna logo

Tabel 4. 5 Analisa implementasi warna

Pilihan Logogram	Sesuai dengan Keyword 30%	Sesuai dengan STP 50%	Sesuai dengan Tagline 20%	Jumlah
	0.9	1.5	0.6	3
	0.6	1.5	0.4	2.5
	0.6	1	0.6	2.2
	0.9	2	0.6	3.5

Dari tabel diatas , diperoleh hasil final dari redesain logo Esther House of Beauty . tipografi “esther” diberikan penekanan dengan warna ungu tua untuk membantu keterbacaannya, sedang untuk logogram digunakan warna yang lebih *soft* karena sudah memiliki ukuran yang cukup menarik perhatian.

4.5 Final Design



Gambar 4. 9 Final Desain

Intisari Konsep Logo Esther House of Beauty yang baru adalah sebagai berikut :

Konsep logo : *Natural Elegan*

Penjelasan konsep :

1. **Dasar Bentuk**, dasar bentuk logo Esther House of Beauty adalah garis garis lekukan yang menyerupai wanita. Secara visual, bentuk ini menggambarkan pada sosok wanita dengan tubuh ideal, langsing, modern, berkaki jenjang.

Bentuk ini melambangkan daya tarik yang kuat, dan dinamis dari sebuah produk kecantikan, namun konsisten dan mantap pada konsep yang mendasarinya. Bentuk tubuh wanita ini diberikan tekanan pada lekuk garis tubuh dari punggung dan menipis pada bagian kaki yang sejatinya merupakan pesona elegan yang ingin ditampilkan, symbol tulip yang menjadi latar belakang dan menyatu dengan kaki wanita yang juga sebagai perlambangan tangkai bunga melambangkan kecantikan dari alam yg bersifat natural dan pure (murni). Begitu pula penanganan terhadap masalah kecantikan di Esther House of Beauty dengan memahami keunikan setiap jenis kulit dengan cara alami dan terkontrol secara medis.

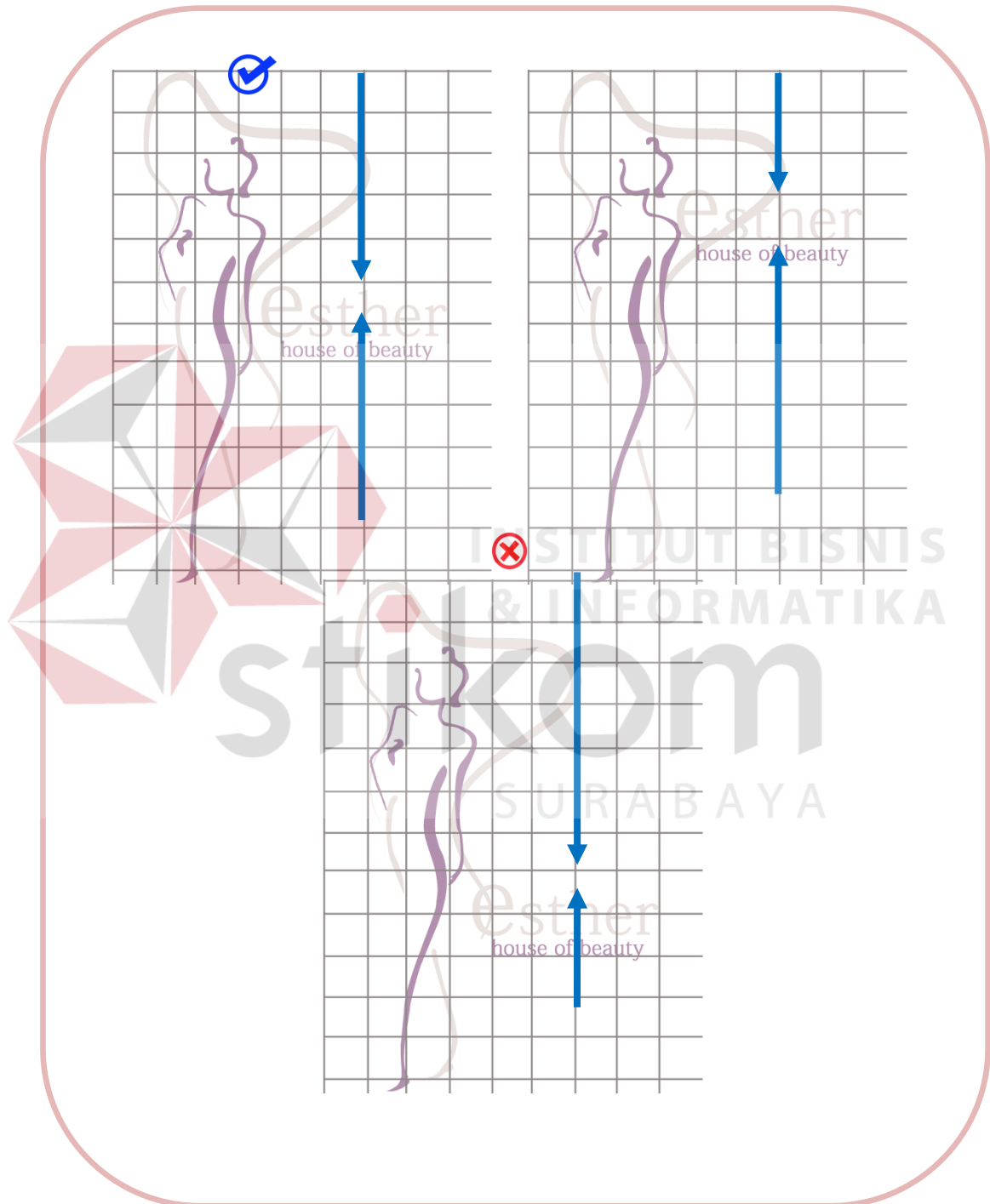
2. **Nilai Visual Logo**, konfigurasi elemen logo yang berupa wanita dan bunga tulip memiliki kandungan nilai visual Keanggunan yang menyatu dengan gaya hidup yang dinamis berpadu dengan sifat natural dari alam. Perpaduan tersebut merupakan wujud konsentrasi terhadap kemajuan teknologi saat ini untuk mencapai tujuan perusahaan/ produk.
3. **Warna**, penerapan warna pada logo bertolak dari dasar pemikiran akan tersedianya keselarasan antara produk yang disimbolkan dengan image yang akan dibangun. Warna *broken white* pada tulip juga merupakan kaki wanita serta logotype. *Broken White* melambangkan sifat natural alam berpadu dengan medis memberikan kesan bersih, alami, aman, nyaman (*comfortable touch*), tenang (*quiet*), lembut (*soft*). Suatu kondisi yang diperlukan di Esther House of Beauty. Warna ungu muda pada garis lekuk tubuh wanita melambangkan kemewahan (*luxurious*), lemah lembut (*graceful*) dan moderen (*fashionable*) dalam mengikuti perkembangan teknologi. Semua kesan tersebut apabila digabungkan akan memiliki makna Naturally Elegant.
4. **Huruf**, penulisan nama klinik kecantikan menggunakan jenis huruf Kozuka Mincho Pro B. Karakter yang terkandung dalam jenis huruf itu adalah kesan fleksibel dan ringan. Karakter bold pada jenis huruf itu memiliki makna simbolik keseriusan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Sementara tipe huruf serif memiliki kesan mewah namun tidak berlebihan serta memiliki tingkat legibility yang cukup baik.

Dengan perpaduan semua bagian dari logo ini, mampu memberikan pesona baru yang sesuai visi dan misi Esther House of Beauty yaitu klinik kecantikan terbaik yang memadukan konsep Herbal Treatment, Advanced Aesthetic Therapy, dan Medis dengan pemilihan kosmetika yang tepat serta mengedepankan pelayanan prima.

Ketentuan Implementasi Logo

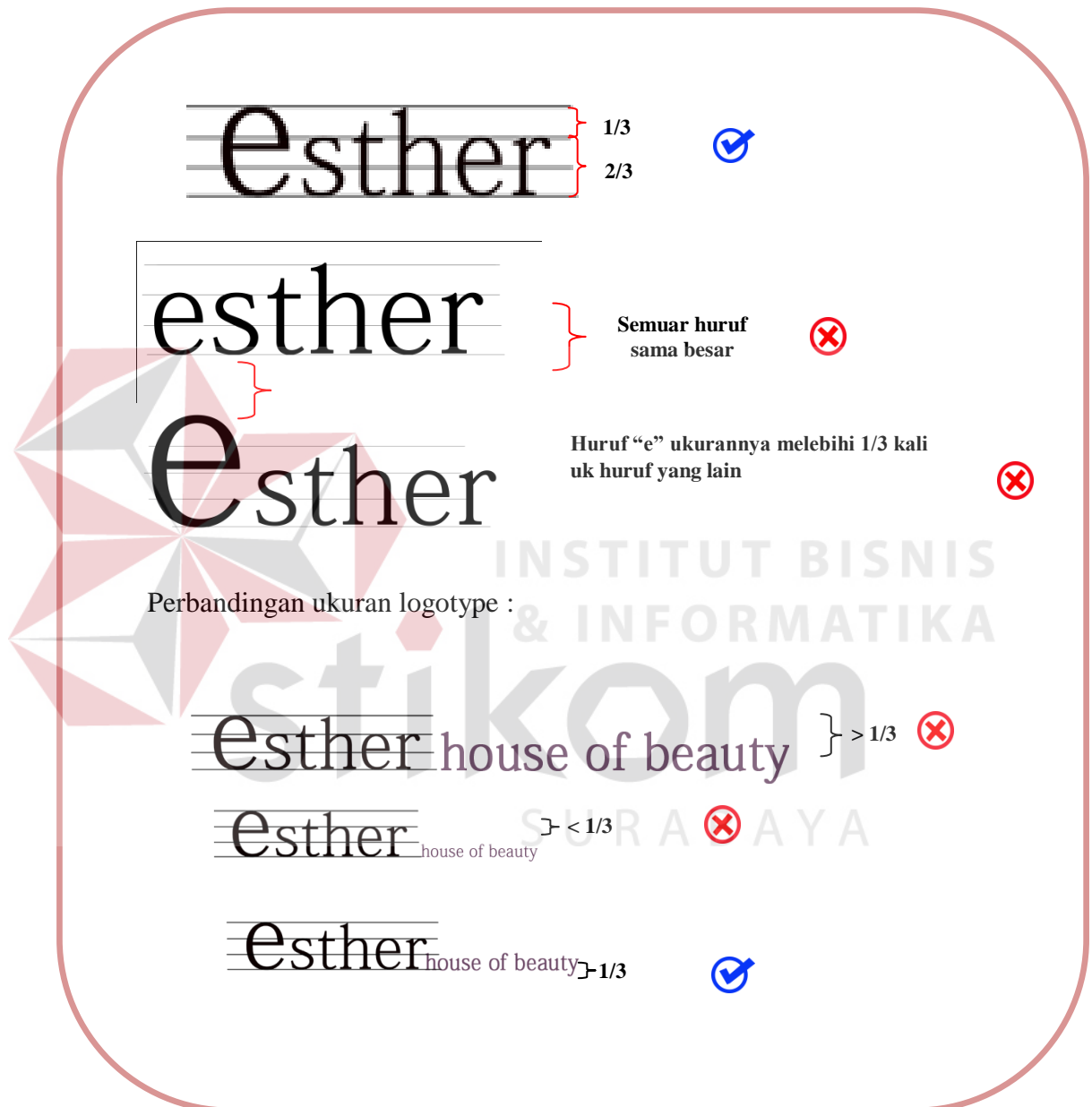
Adapun ketentuan yang dibuat oleh penulis sebagai desainer untuk penggunaan logo ini yaitu sebagai berikut :

1. Penempatan logotype harus disebelah kanan tengah dari logogram



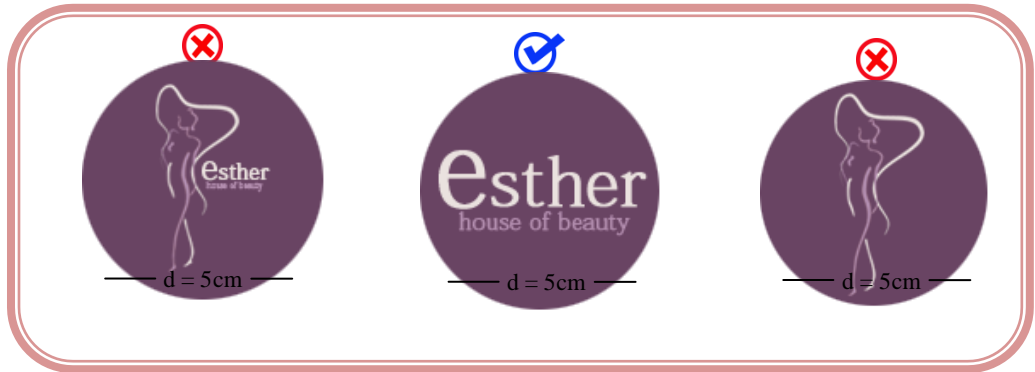
Gambar 4. 10 Perbandingan penulisan Logotype

- Ukuran logotype huruf awal “e” pada “esther” harus lebih besar 1/3 bagian dari ukuran huruf yang lain. Sedang penulisan “house of beauty” hanya sebesar 1/3 bagian dari logotype esther.





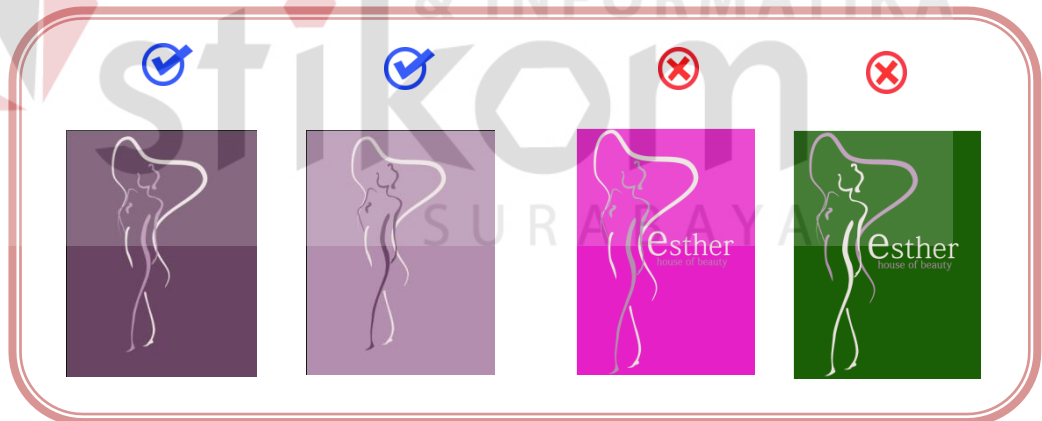
Gambar 4. 11 Perbandingan penulisan Logotype

3. Untuk penempatan logo pada kemasan produk tertentu, yang tidak memungkinkan dicantumkannya keseluruhan logo, maka hanya mencantumkan logotype esther.



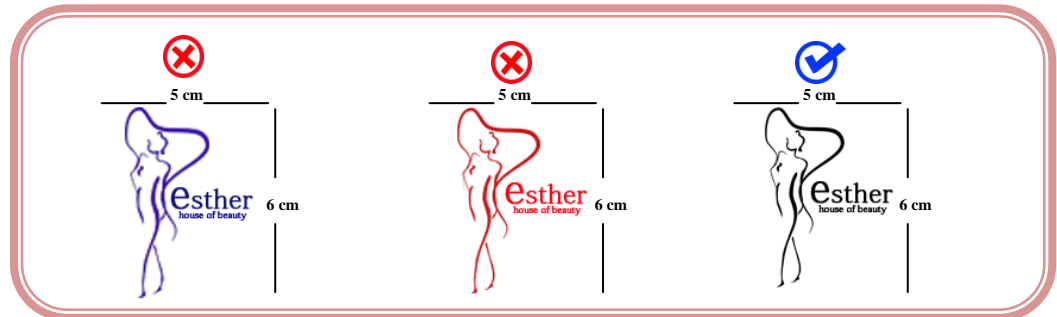
Gambar 4. 12 Penempatan logo pada kemasan kecil

4. Penulis menentukan warna  (CMYK : 31,47,14,0) dan  (CMYK:7,9,9,0) merupakan warna corporate, sehingga pada implementasi logo terdapat 2 (dua) alternative logo seperti yang ditunjukkan oleh gambar disamping



Gambar 4. 13 Implementasi warna corporate

5. Khusus untuk penggunaan logo pada cap stempel dan media – media sejenis yang tidak memungkinkan menggunakan warna, logo dapat diubah menjadi hitam. Ketentuan uk. Stempel min 5 x 6cm



Gambar 4. 14 Implementasi logo pada stempel

