

**PERANCANGAN VISUAL MERCHANDISING  
FIFTYTWO'S CAFÉ YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

**Subkhan Yusri**

**NIM. 0911837024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2016**

**PERANCANGAN VISUAL MERCHANDISING  
FIFTYTWO'S CAFÉ YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

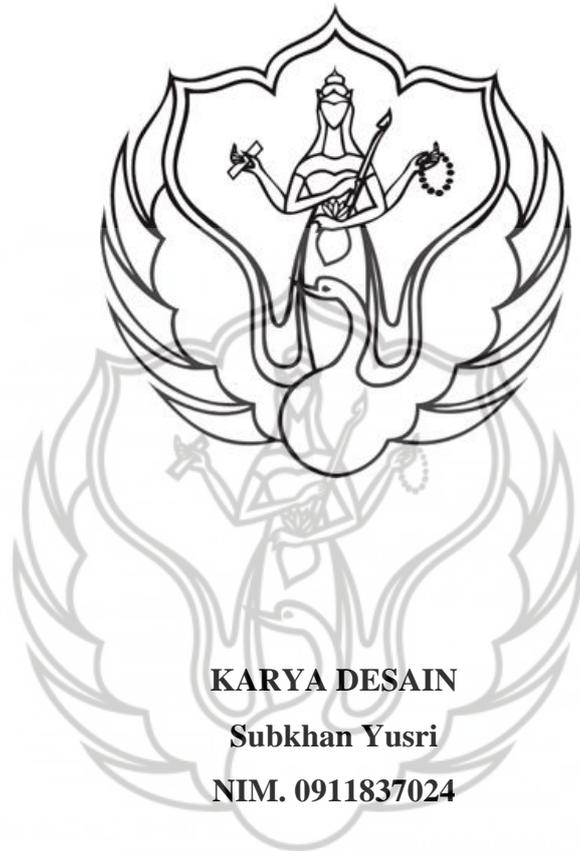
**Subkhan Yusri**

**NIM. 0911837024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2016**

**PERANCANGAN VISUAL MERCHANDISING  
FIFTYTWO'S CAFÉ YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN  
Subkhan Yusri  
NIM. 0911837024**

**Tugas Akhir ini Diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Dalam Bidang Desain Komunikasi Visual  
2016**

Tugas Akhir Desain Berjudul :

**PERANCANGAN VISUAL MERCHANDISING FIFTYTWO'S CAFÉ  
YOGYAKARTA**

Diajukan oleh Subkhan Yusri, NIM 0911837024, Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 18 Januari 2016

Pembimbing I/Anggota

Drs. Baskoro SB, M.Sn.  
NIP. 19650522 199203 1003

Pembimbing II/Anggota

Endro Tri Susanto, S. Sn, M.Sn.  
NIP. 19640921 199403 1001

Cognate/ Anggota

Heningtyas Widowati, S.Pd  
NIP: 19770124 200212 2002

Kaprodi DKV/Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.  
NIP: 19650209 199512 1001

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Drs. Baskoro SB, M.Sn.  
NIP. 19650522 199203 1003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi T., M.Des.  
NIP.19590802 198803 2002

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir dengan judul :

### **PERANCANGAN VISUAL MERCHANDISING FIFTYTWO'S CAFÉ**

### **YOGYAKARTA**

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau publikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan, kecuali pada bagian sumber informasinya yang dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 18 Januari 2016

Subkhan Yusri  
NIM 0911837024



*“cobalah maka kamu akan mengerti..”*



Tugas Akhir Perancangan ini saya persembahkan untuk

**Keluarga Tercinta**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT selalu dipanjatkan, karena oleh berkah dan tuntunan-Nya sajalah skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.

Terimakasih kepada Negara Republik Indonesia yang tercinta lewat lembaganya Institut Seni Indonesia Yogyakarta, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang mengangkat tema mengenai “*visual merchandising*” dengan judul “Perancangan *Visual Merchandising* Fiftytwo’s Café Yogyakarta.”

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari orang-orang yang berkompeten dan berpengalaman. Penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum sebagai Rektor ISI Yogyakarta
2. Dr. Suastiwi T., M. Des. sebagai Dekan Fakultas Seni Rupa
3. Drs. Baskoro SB, M. Sn, sebagai Ketua Jurusan Desain dan Dosen Pembimbing I.
4. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn. sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
5. Endro Tri Susanto, S. Sn, M .Sn sebagai Dosen Pembimbing II
6. Heningtyas Widowati, S.Pd sebagai cognate atau dosen penguji ahli.
7. Drs. M. Umar Hadi, MS sebagai dosen wali.
8. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Desain Komunikasi Visual, untuk ilmu, perhatian dan *support* kepada penulis.
9. Bapak Lahuri Thohir, sebagai ayah yang selalu sabar membimbing saya

10. Ibu Nurul Hidayati, sebagai ibu yang selalu menanyakan kapan kamu lulus
11. Mas Ahmad Faris Anshori, sebagai saudara yang selalu memberikan semangat
12. Yogeswara Anangha sebagai narasumber yang luar biasa.
13. Para karyawan Jurusan Desain, yang selama ini sudah menyediakan sarana dan pra sarana selama penulis menempuh studi S-1nya.
14. Alantyo, Teddy, dan Ari sebagai sahabat dan seksi angkat-angkat yang telah membantu proses pembuatan karya tugas akhir.
15. Teman-teman satu kontrakan : Bimo, Robby, Zaenal, Rama, Gundul, terimakasih sudah mendukung dalam proses tugas akhir ini.
16. Ega Pramudita, teman satu angkatan yang selalu bersedia meluangkan waktu.
17. Teman-teman satu angkatan 2009, terimakasih sudah menjadi teman yang solid
18. Yemima Alfin Sasmita, sebagai teman dan pembimbing dalam penulisan  
Semua proses yang sudah dilewati tak akan sempurna tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut di atas.

Tugas akhir ini memang belum sempurna, maka dari itu untuk membuatnya mendekati kata sempurna dimohon saran dan kritik dari semua pihak. Penulis memohon maaf untuk segala kekurangan dan kesalahan yang ada dalam skripsi ini. Skripsi ini sangat diharapkan dapat menyumbang ilmu dan menjadi tambahan pengetahuan dalam bidang desain komunikasi visual.

Yogyakarta, 18 Januari 2016  
Penulis

Subkhan Yusri

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Perancangan.....	5
E. Manfaat Perancangan.....	6
F. Metode Perancangan.....	6
G. Skematika Perancangan.....	8
<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Landasan Teori.....	9
1. Visual Merchandising.....	9
2. Brand.....	11
3. Brand Equity.....	15
4. Marketing Branding.....	19
5. Klasifikasi Teknik Grafis.....	22
6. Etching Logam.....	28
7. Proses Eksekusi Karya.....	30
8. Ilustrasi Desain.....	33
B. Identifikasi Data Perusahaan.....	33
C. Analisis Data.....	36
D. Analisis Audiens.....	40
E. Kesimpulan Analisis.....	42
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN</b>	
A. Konsep Kreatif.....	44
1. Tujuan Kreatif.....	44
2. Strategi Kreatif.....	45
3. Isi Pesan.....	45
B. Strategi Media.....	46
1. Media Utama.....	46
2. Media Pendukung.....	47
3. Program Media.....	51

C. Strategi Visual.....	54
1. Big Idea.....	54
2. Program Penulisan Teks.....	59

#### **BAB IV VISUALISASI**

A. Desain Logo.....	63
1. Data Visual.....	63
2. Studi Visual Logo.....	69
3. Digitalisasi Visual.....	71
4. Evaluasi.....	71
5. Logo Terpilih.....	73
6. Studi Black and White.....	73
7. Final Desain Logo Terpilih.....	74
8. Skala Logo.....	74
B. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam.....	75
1. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Buku Daftar Menu Fiftytwo's Cafe.....	75
2. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Nomor Meja Fiftytwo's Cafe.....	78
3. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Name Text Fiftytwo's Cafe.....	80
4. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada SignSystem Fiftytwo's Cafe.....	81
5. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Asbak Fiftytwo's Cafe.....	85
6. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Tatakan Gelas Fiftytwo's Cafe.....	85
7. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Tempat Tisu Fiftytwo's Cafe.....	89
8. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Gantungan Kunci Fiftytwo's Cafe.....	93
9. Visual Hasil dari Teknik Etching Logam pada Neon Box Fiftytwo's Cafe.....	94
C. Virtual Media.....	95
D. Merchandise.....	96

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Contoh Relief Print .....	22
Gambar 2. Contoh Silkscreen.....	23
Gambar 3. Contoh Litograf .....	23
Gambar 4. Contoh Intaglio .....	24
Gambar 5. Contoh Wood Engraving .....	24
Gambar 6. Contoh Metal Engraving.....	25
Gambar 7. Contoh Drypoint.....	25
Gambar 8. Contoh Mezzotint .....	26
Gambar 9. Contoh Aquatint .....	26
Gambar 10. Contoh Sugartint.....	27
Gambar 11. Contoh Etching .....	27
Gambar 12. Contoh Etching .....	28
Gambar 13. Struktur Organisasi Fiftytwo's Cafe .....	34
Gambar 14. Mobil Plymouth.....	53
Gambar 15. Mobil Plymouth.....	53
Gambar 16. Mobil Ford Pick Up.....	54
Gambar 17. Daftar Menu.....	64
Gambar 18. Daftar Menu.....	64
Gambar 19. Nomor Meja.....	65
Gambar 20. Tempat Tisu.....	65
Gambar 21. Neon Box.....	66
Gambar 22. T-Shirt.....	66
Gambar 23. Fiftytwo's Cafe .....	67
Gambar 24. Fiftytwo's Cafe .....	68
Gambar 25. Sketsa Desain Logo .....	69
Gambar 26. Sketsa Desain Logo .....	70
Gambar 27. Sketsa Desain Logo .....	70
Gambar 28. Digitalisasi Visual Logo .....	71
Gambar 29. Digitalisasi Desain Logo 1.....	71
Gambar 30. Digitalisasi Desain Logo 2.....	72
Gambar 31. Digitalisasi Desain Logo 3.....	72
Gambar 32. Digitalisasi Desain Logo 4.....	72
Gambar 33. Logo Terpilih.....	73
Gambar 34. Study Black and White .....	73
Gambar 35. Desain Logo Terpilih.....	74
Gambar 36. Skala Logo.....	74
Gambar 37. Desain Hasil Etsa Buku Daftar Menu .....	75
Gambar 38. Desain Hasil Etsa Buku Daftar Menu .....	75
Gambar 39. Desain Hasil Etsa Buku Daftar Menu .....	76
Gambar 40. Aplikasi Desain Hasil Etsa Menu .....	76
Gambar 41. Aplikasi Desain Hasil Etsa Menu .....	77
Gambar 42. Aplikasi Desain Hasil Etsa Menu .....	77
Gambar 43. Desain Hasil Etsa Nomor Meja .....	78
Gambar 44. Aplikasi Desain Hasil Etsa Nomor Meja .....	79

Gambar 45. Desain Hasil Etsa Name Text.....	80
Gambar 46. Desain Hasil Etsa Name Text.....	80
Gambar 47. Desain Hasil Etsa Name Text.....	80
Gambar 48. Desain Hasil Etsa Name Text.....	81
Gambar 49. Desain Hasil Etsa Sign System Reserved.....	81
Gambar 50. Desain Hasil Etsa Sign System Cashier .....	82
Gambar 51. Desain Hasil Etsa Sign System Toilet.....	82
Gambar 52. Desain Hasil Etsa Sign System Open-Closed .....	83
Gambar 53. Aplikasi Desain Hasil Etsa Sign System Reserved .....	83
Gambar 54. Aplikasi Desain Hasil Etsa Sign System Cashier.....	84
Gambar 55. Aplikasi Desain Hasil Etsa Asbak .....	85
Gambar 56. Desain Hasil Etsa Tatakan Gelas.....	85
Gambar 57. Desain Hasil Etsa Tatakan Gelas.....	86
Gambar 58. Desain Hasil Etsa Tatakan Gelas.....	86
Gambar 59. Desain Hasil Etsa Tatakan Gelas.....	87
Gambar 60. Desain Hasil Etsa Tatakan Gelas.....	87
Gambar 61. Aplikasi Desain Hasil Etsa Tatakan Gelas .....	88
Gambar 62. Desain Hasil Etsa Tempat Tisu .....	89
Gambar 63. Desain Hasil Etsa Tempat Tisu.....	90
Gambar 64. Desain Hasil Etsa Tempat Tisu.....	90
Gambar 65. Desain Hasil Etsa Tempat Tisu.....	91
Gambar 66. Desain Hasil Etsa Tempat Tisu.....	91
Gambar 67. Aplikasi Desain Hasil Etsa Tempat Tisu .....	92
Gambar 68. Desain Hasil Etsa Gantungan Kunci.....	93
Gambar 69. Desain Neon Box.....	94
Gambar 70. Aplikasi Desain Virtual Media Facebook.....	95
Gambar 71. Aplikasi Desain Virtual Media Instagram .....	95
Gambar 72. Aplikasi Desain Kemeja Crew.....	96
Gambar 73. Desain Logo T-Shirt .....	96
Gambar 74. Aplikasi Desain T-Shirt .....	97
Gambar 75. Desain Apron.....	98
Gambar 76. Aplikasi Desain Sticker .....	99
Gambar 77. Aplikasi Desain Topi .....	99
Gambar 78. Desain Hasil Emblem/Patch .....	100

## ABSTRAK

**Subkhan Yusri**

**Perancangan Visual Merchandising Fiftytwo's Café Yogyakarta.**

**NIM 0911837024**

Perancangan *visual merchandising* Fiftytwo's Café dengan teknik *etching* logam ini sebagai pembuktian bahwa desain komunikasi visual tidak hanya dapat berhenti pada hasil visualisasi melalui media cetak atau print saja, namun juga dapat direalisasikan dalam bentuk fisik, salah satunya adalah dengan hasil etsa dari bahan dasar logam. Hasil etsa yang nantinya telah selesai digunakan sebagai *visual merchandising* Fiftytwo's Café yang beralamatkan di Jalan Parangtritis nomor 52 Yogyakarta. Perancangan branding ini bertujuan untuk menciptakan *visual merchandising* yang unik dan menarik pada Fiftytwo's Café agar Fiftytwo's Café dapat memenangkan hati para pengunjung lewat *visual merchandising*nya yang mengangkat otomotif klasik sebagai tema utama dalam *visual merchandising* ini dengan teknik *etching* logam sebagai eksekusi akhir ke dalam bentuk aplikasi fisik *visual merchandising* tersebut.

Media utama dalam proses perancangan *visual merchandising* ini adalah hasil etsa dari beberapa property yang mendukung *visual merchandising* Fiftytwo's Café, seperti buku daftar menu, *signsystem*, papan nama, asbak, nomor meja, dll. Media pendukung yang mendukung media utama adalah salah satunya virtual media. Di abad 21 yang di manapun dan siapapun dapat dengan mudah menemukan tempat dan mengetahui sebuah tempat melalui media sosial, maka dari itu Fiftytwo's Café juga mempublikasikan kafanya melalui Facebook dan Instagram sebagai virtual media dalam *visual merchandising* ini.

Kata kunci : *Visual Merchandising*, Fiftytwo's Café dan Etching Logam

## **ABSTRACT**

***Subkhan Yusri***

***Design of Visual Merchandising Fiftytwo's Café Yogyakarta.***

***Student Number 0911837024***

*This design of visual merchandising with metal etching techniques as proof that visual communication design not only can stop the visualization via print only, but also can be realized in a physical form, one of which is the result of etching the metal base material. Etching results which will have been completed is used as a visual merchandising of Fiftytwo's Café that addresses on Parangtritis Street 52 Yogyakarta. This design of visual merchandising aims to create a unique and attractive in order to win the heart of visitors through visual merchandising the classic automotive lift as the main theme in this visual merchandising with metal etching techniques as the final execution in the form of physical application visual merchandising.*

*The main media in the drafting process of this visual merchandising is the result of the etching of some properties that support visual merchandising Fiftytwo's Café, such as books menu, signsystem, name text, an ashtray, a table number, etc. Supporting media that support the major media is one of the virtual media. In the 21<sup>st</sup> century anywhere and anyone can easily find places and know a place through social media, therefore Fiftytwo's Café also publish its café through Facebook and Instagram as a virtual media in this visual merchandising.*

*Keywords : Visual Merchandising, Fiftytwo's Café and Metal Etching.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu dari beberapa kota besar yang ada di Pulau Jawa yang mempunyai jumlah penduduk dan jumlah pendatang cukup banyak. Kota Yogyakarta yang dijuluki kota pelajar juga mempunyai banyak siswa dan mahasiswa yang sedang menimba ilmu di kota ini, sebab di kota ini banyak terdapat sekolah dan perguruan tinggi, sehingga tidak heran jika banyak dijumpai muda-mudi lalu-lalang di sekitar sudut Kota Yogyakarta. Rutinitas yang begitu padat di Kota Yogyakarta disebabkan oleh banyak sekali dari warga asli Yogyakarta sendiri maupun para pendatang yang membutuhkan suasana atau tempat untuk bersantai atau sekedar melepas penat, bertatap muka, berbincang dengan rekan, setelah seharian melakukan rutinitas, baik itu sebagai pengusaha, karyawan dan mahasiswa. Inti dari permasalahan ini adalah diperlukannya tempat untuk *nongkrong* dan dapat bersantai bersama kerabat atau teman.

Sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat yang tinggal di Yogyakarta bahwa mereka memerlukan sarana untuk merealisasikan kegiatan tersebut. Salah satu dari tempat yang dibutuhkan untuk merealisasikan kegiatan tersebut adalah *café*, karena *café* sendiri memiliki daya tarik yang berbeda dengan *restaurant* atau sekedar tempat nongkrong biasa. *Café* dikenal

semacam tempat sederhana tetapi cukup menarik untuk nongkrong atau berkumpul sambil menikmati makanan dan minuman ringan. Berbeda dengan restaurant dan warung, *café* lebih merakyat dan dapat dinikmati baik dari kalangan menengah ke bawah sampai menengah ke atas.

Menjamurnya *café* di Yogyakarta, tidak luput dari gaya hidup masyarakat yang membutuhkan untuk bersosialisasi dan berkumpul, bertatap muka, bincang-bincang dan bersantai namun dengan harga yang terjangkau tentunya. Bukan hal yang mencengangkan jika akhirnya banyak *café* yang bermunculan di Kota Yogyakarta khususnya di daerah Yogyakarta Selatan. Fiftytwo's Café yang beralamat di Jalan Parangtritis nomor 52, utara perempatan Prawirotaman, berlokasi di barat jalan. Fiftytwo's Café merupakan satu tempat yang cukup baik, karena kegiatan berkumpul dan lainnya memerlukan tempat yang strategis, nyaman dsb

Yogeswara Anangha adalah seseorang dibalik *café* ini. Dia adalah pemilik dari Fiftytwo's Café. Di Fiftytwo's Café terdapat 5-7 orang karyawan yang bekerja sebagai juru parkir, pelayan, kasir dan koki. Banyaknya relasi yang dimiliki oleh pemilik Fiftytwo's Café membuatnya menjadi seorang yang kreatif dalam menginovasi *café* miliknya. Desain yang ada di Fiftytwo's Café miliknya merupakan ide yang direalisasikan atas dasar kesukaan dan favoritnya. Yogeswara Anangha sebagai seorang pemilik, berusaha menghadirkan nuansa yang berbeda pada *café*nya. Dia menyuguhkan nuansa otomotif di era tahun 50 an di *café* ini. Bukan karena apa-apa, karena dia memang akrab sekali dengan dunia mobil dan motor di era itu. Alhasil *café*

ini kental sekali dengan nuansa otomotif, baik itu display ruangan maupun barang-barang yang ada di *café* ini. Mas Agha, begitu panggilan akrabnya, ingin mewujudkan kecintaannya terhadap dunia motor dan mobil tersebut dapat direalisasikan di *café* yang sedang dia geluti sekarang ini.

Fiftytwo's *Café* berdiri pada hari Jumat tanggal 2 November 2012. Berdirinya Fiftytwo's *Café* ini untuk memenuhi keinginan masyarakat yang semakin hari semakin banyak yang mencari tempat untuk bersantai yang berbeda, unik dan nyaman. Gaya desain *café* pada umumnya mempengaruhi para pengunjung dan para pelanggannya, karena bagaimanapun juga desain dari suatu tempat juga mempengaruhi atau membawa suasana bagi yang mendatangi tempat tersebut. Oleh sebab itu dibutuhkan sesuatu untuk memperkuat nuansa Fiftytwo's *Café* agar beda dari lain. *Brand* adalah desain untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya. Salah satu cara untuk lebih menguatkan *brand* dari Fiftytwo's *café* adalah dengan *visual merchandising*. Sejauh *café* ini berdiri, *café* ini belum memiliki *visual merchandising* yang cukup kuat, oleh karena itu untuk lebih mengenalkan serta memberikan gambaran dari pikiran dan perasaan yang ada dibenak masyarakat tentang Fiftytwo's *Café*, perancangan *visual merchandising* dan aplikasi medianya sangat diperlukan. Kombinasi yang akan digabungkan untuk membuat *visual merchandising* yang berbeda, unik dan khas adalah dengan menggabungkan konsep desain visualisasi otomotif serta elemen-elemen dan komponen pendukungnya di era 50 an yang tentunya disukai oleh

Pemilik Fiftytwo's Café dengan realisasi dari visualisasi tersebut dengan menggunakan teknik *etching* dengan bahan dasar logam.

Otomotif adalah ilmu yang mempelajari tentang alat-alat transportasi menggunakan mesin, terutama mobil dan sepeda motor. Otomotif memiliki berbagai cabang ilmu yang lebih spesifik mengenai bagian-bagian sistem yang terdapat pada kendaraan bermotor. Di Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota yang mempunyai banyak pengantusias dunia otomotif di era 50 an.

Banyak orang Yogyakarta maupun luar Yogyakarta yang turut menjaga dan melestarikan dunia otomotif klasik tersebut, termasuk Yogeswara Anagha pemilik Fiftytwo's Café, adalah salah satu pengantusias dunia otomotif era tahun 50 an di Kota Yogyakarta. Konsep yang akan dihadirkan untuk *visual merchandising* Fiftytwo's Café, adalah dengan membuat semua media pendukung dan media utama dengan sentuhan komponen dan elemen-elemen yang tidak jauh dari dunia otomotif. Pemberian sentuhan ini bertujuan untuk memberikan efek yang berbeda dari Fiftytwo's Café dengan kafe-kafe yang lain.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu bagaimana merancang sebuah *visual merchandising* "Fiftytwo's Café" dengan menggabungkan konsep otomotif di era tahun 50 an dengan teknik *etching* dengan bahan dasar logam, karena tidak adanya ciri khas yang menonjol dari kecenderungan gaya Fiftytwo's

Café, Fiftytwo's Café berusaha untuk menempatkan *visual merchandising* yang berbeda dengan yang lain agar dapat menarik banyak pengunjung dan pelanggan.

### **C. Batasan Masalah**

Perancangan *visual merchandising* Fiftytwo's Café dibatasi dalam pembuatan perlengkapan yang ada di Fiftytwo's Café yang meliputi menu, *signsystem*, tempat tisu, papan nama dll, dengan aplikasi *visual merchandising* yang berbeda, unik dan khas maka dimulai dengan merancang visualisasi dengan sentuhan komponen dan elemen-elemen yang tidak jauh dari dunia otomotif, pada media utama dan media pendukung.

### **D. Tujuan Perancangan**

1. Merancang sebuah *visual merchandising* Fiftytwo's Café agar masyarakat lebih mengenal apa itu Fiftytwo's Café.
2. Mengemas *visual merchandising* Fiftytwo's Café dan merealisasikan dalam bentuk fisik sehingga mampu menghubungkan target pasar atau konsumen secara emosional
3. Mampu menyampaikan pesan dengan jelas konsep dan realisasi fisik *visual merchandising* Fiftytwo's Café guna menggerakkan atau memotivasi konsumen.
4. Memastikan kredibilitas Fiftytwo's Café dan Memastikan terciptanya kesetiaan pelanggan.

## **E. Manfaat Perancangan**

Manfaat yang didapatkan dari perancangan tugas ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu, manfaat bagi Fiftytwo's Café, manfaat bagi masyarakat, dan manfaat bagi saya sebagai mahasiswa :

### **1. Bagi Fiftytwo's Café**

Memberikan perancangan *visual merchandising* yang sesuai dengan tema Fiftytwo's cafe.

### **2. Bagi Masyarakat**

Memberikan informasi lebih, apa sebenarnya Fiftytwo's Café

### **3. Bagi Mahasiswa**

Mengasah kemampuan mahasiswa dalam proses pembuatan desain, serta sebagai pembelajaran dan menambah pengalaman.

## **F. Metode Perancangan**

Agar komunikasi dalam perancangan *visual merchandising* ini dapat tersampaikan dengan baik, sangat penting menyimpulkan data dari Metode Perancangan. Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini adalah:

### **1. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Pengumpulan data dengan cara mendatangi langsung tempat atau pihak yang terkait, dengan tujuan untuk memperoleh data yang akurat dan rinci.

b. Wawancara

Mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada narasumber atau pemilik café, kemudian jawaban yang diperoleh dicatat atau direkam untuk selanjutnya dianalisis untuk memperoleh data yang akurat.

2. Metode Analisis Data

Metode penelitian menggunakan metode analisis deskriptif. Informasi dan data yang diperoleh dari proses pengumpulan data yaitu dokumentasi, wawancara, dan identifikasi data.

3. Metode Analisis SWOT

Perancangan *visual merchandising* Fiftytwo's café akan menggunakan metode analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, and threats*)

- a. *Strengths* (kekuatan) adalah kelebihan yang dimiliki oleh suatu jasa atau produk yang nantinya akan diangkat sebagai permasalahan. Dalam hal ini adalah kelebihan yang dimiliki Fiftytwo's Café
- b. *Weakness* (kelemahan) adalah segala sesuatu tentang kelemahan yang dimiliki Fiftytwo's Café
- c. *Opportunities* (peluang) adalah segala sesuatu tentang peluang yang ada disekitar Fiftytwo's Café
- d. *Threats* (ancaman) adalah segala sesuatu yang menjadi penghambat berkembangnya Fiftytwo's Cafe

**G. Skematika Perancangan**

