

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Hasil Analisis Data Primer

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner melalui platform *Google Form*.

4.1.1 Hasil survei

Berikut ini adalah hasil survei dari *Google Form* yang disajikan dalam bentuk tabulasi data, yaitu:

Tabel 4. 1 Data responden google form

No.	Profil responden	Jenis	Hasil
1	Jenis Kelamin	L	11 orang
		P	29 orang
2	Usia	< 20 tahun	16 orang
		20-30 tahun	6 orang
		30-40 tahun	14 orang
		>40 tahun	4 orang
Total Responden			40 orang

Sementara itu, data yang berisi dari hasil survei yang dilakukan melalui *googleform* dalam bentuk tabulasi data adalah sebagai berikut:

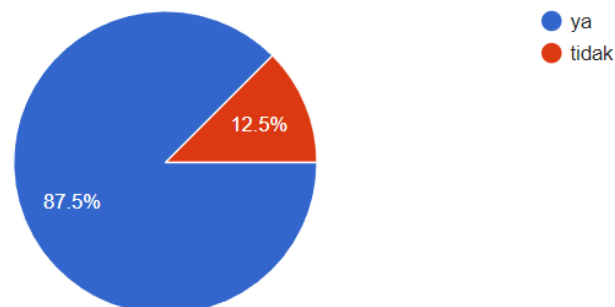
Tabel 4. 2 Data Hasil Survei googleform

No	Pertanyaan	Jawaban	Hasil
1	apakah anda pernah menggunakan diffuser aromaterapi sebelumnya ?	ya	35
		tidak	5
2	Jika ya, seberapa sering Anda menggunakan diffuser aromaterapi?	Setiap hari	13
		Beberapa kali seminggu	11
		Beberapa kali sebulan	8
		Jarang	8
3	Bagaimana penggunaan diffuser memengaruhi suasana hati atau tingkat stres Anda?	Membuat hati senang	23
		Biasa saja	11
		Tidak mempengaruhi suasana hati	6
4	Jenis diffuser apa yang Anda gunakan saat ini (ultrasonik, reed, nebulizing, dll.)?	Diffuser Ultrasonik	8
		Diffuser nebulizing	20
		Reed Diffuser	12
5		Sangat puas	10

	Seberapa puas Anda dengan performa diffuser Anda saat ini?	puas	16
		Biasa saja	13
		Tidak puas	1
6	Seberapa penting bagi Anda ukuran produk yang lebih kecil dan mudah dibawa?	Sangat penting	10
		Penting	12
		Biasa saja	13
		Tidak penting	5
7	Seberapa penting bagi Anda fitur lampu pada diffuser?	Sangat penting	8
		Penting	15
		Biasa saja	11
		Tidak penting	5
8	Seberapa penting bagi Anda adanya variasi warna cahaya pada lampu diffuser?	Sangat penting	8
		Penting	6
		Biasa saja	19
		Tidak penting	7
9	Seberapa penting bagi Anda bahwa produk diffuser ramah lingkungan dan terbuat dari material alami seperti bambu dan rotan?	Sangat penting	29
		Penting	6
		Biasa saja	4
		Tidak penting	1
10	Menurut anda Apakah ada fitur tertentu pada diffuser yang ingin ditambahkan ?	cahaya pada lampu	13
		kapasitas diffuser	16
		speaker	11

apakah anda pernah menggunakan diffuser aromaterapi sebelumnya ?

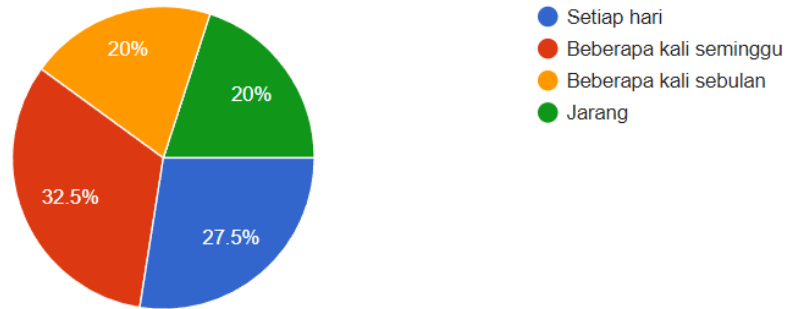
40 responses



Gambar 4. 1 Hasil Kuesioner

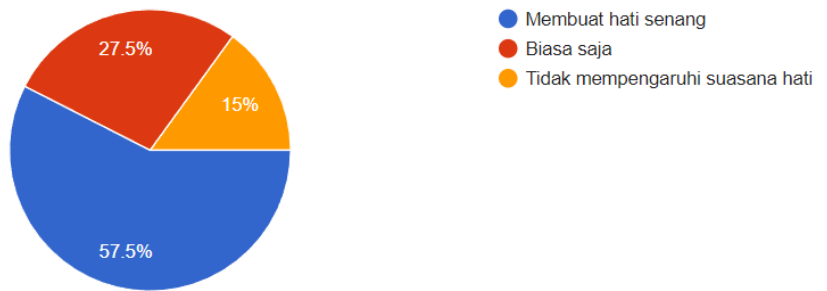
Jika ya, seberapa sering Anda menggunakan diffuser aromaterapi?

40 responses



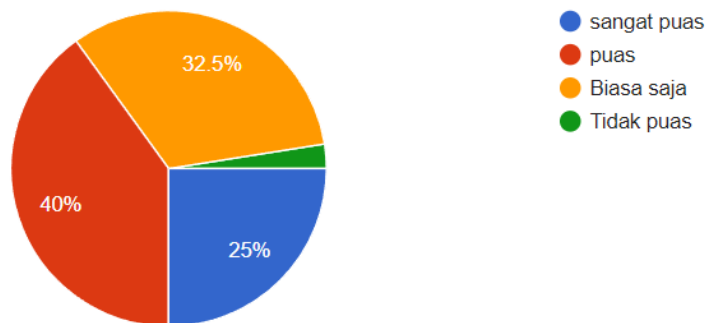
Bagaimana penggunaan diffuser memengaruhi suasana hati atau tingkat stres Anda?

40 responses



Seberapa puas Anda dengan performa diffuser Anda saat ini?

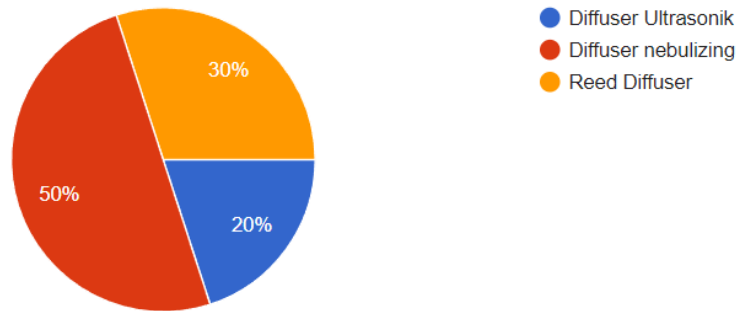
40 responses



Gambar 4. 2 Hasil Kuesioner (2)

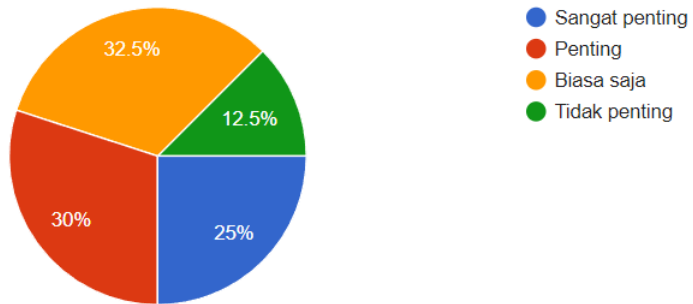
Jenis diffuser apa yang Anda gunakan saat ini (ultrasonik, reed, nebulizing, dll.)?

40 responses



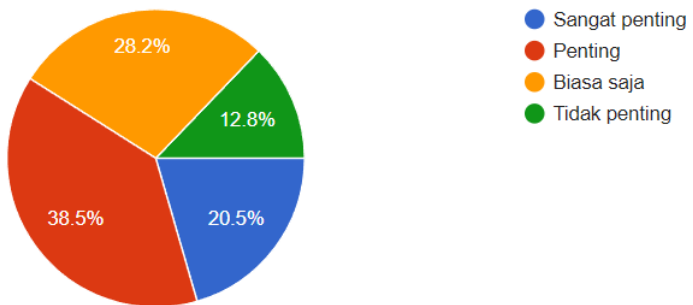
Seberapa penting bagi Anda ukuran produk yang lebih kecil dan mudah dibawa?

40 responses



Seberapa penting bagi Anda fitur lampu pada diffuser?

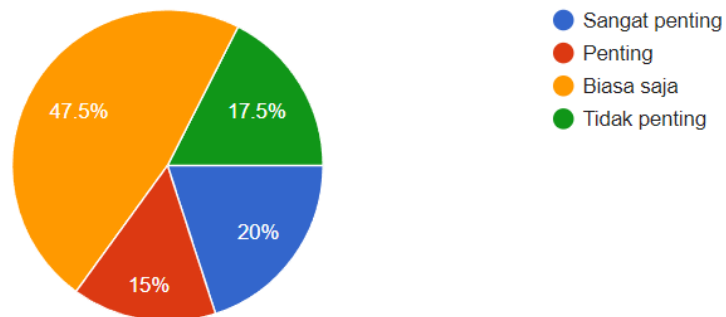
39 responses



Gambar 4.3 Hasil Kuesioner (3)

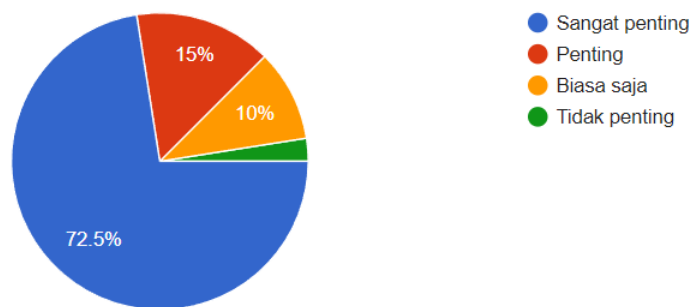
Seberapa penting bagi Anda adanya variasi warna cahaya pada lampu diffuser?

40 responses



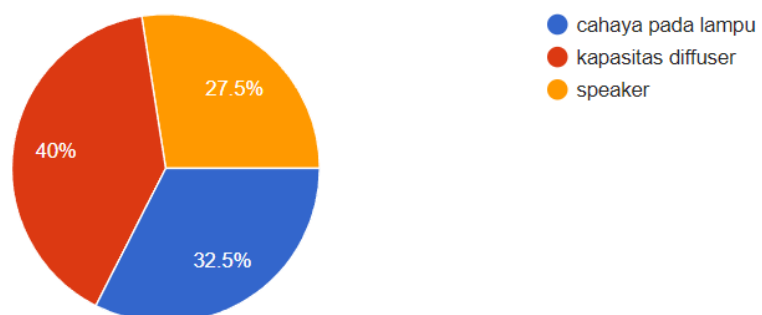
Seberapa penting bagi Anda bahwa produk diffuser ramah lingkungan dan terbuat dari material alami?

40 responses



Menurut anda Apakah ada fitur tertentu pada diffuser yang ingin ditambahkan ?

40 responses



Gambar 4. 4 Hasil Kuesioner (4)

Dari hasil penelitian, didapatkan data dari 40 responden yang berasal dari berbagai kelompok usia, yang dapat menjadi dasar pertimbangan untuk inovasi produk. Berdasarkan temuan tersebut, 75% responden yang membeli dan

menggunakan produk diffuser adalah perempuan dengan rentang usia 20-40 tahun. Berikut adalah hasil survei pengguna diffuser :

- (1) Jenis diffuser yang sering digunakan merupakan tipe nebulizing yaitu hanya menggunakan oil
- (2) Fitur Lampu pada diffuser merupakan hal yang penting agar produk bisa digunakan sebagai lampu tidur
- (3) Penggunaan material yang ramah lingkungan dan alami lebih diminati dalam pembuatan produk
- (4) Fitur yang akan ditambahkan berupa cahaya pada lampu, kapasitas diffuser, dan juga speaker lagu untuk menyetel musik yang menenangkan suasana hati

4.2. Hasil Analisis Data Sekunder

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dalam penelitian ini adalah penelitian melalui buku dan jurnal. Data sekunder ini sangat diperlukan sebagai landasan atau referensi bagi peneliti dalam merancang desain inovasi diffuser.

4.2.1 Faktor orang membeli produk diffuser

Berikut ini adalah faktor-faktor yang bisa memengaruhi keputusan seseorang dalam membeli produk diffuser baru:

- 1. Desain dan Estetika:** Penampilan produk, termasuk desain yang menarik dan harmonis dengan dekorasi interior, memiliki peran penting. Produk dengan desain elegan, modern, dan estetis cenderung lebih diminati.
- 2. Ukuran dan Portabilitas:** Konsumen biasanya lebih memilih produk yang berukuran kecil dan mudah dibawa, terutama jika dilengkapi dengan pegangan, karena memberikan fleksibilitas dalam penggunaannya..
- 3. Harga dan Nilai Produk:** Harga yang kompetitif dan persepsi nilai yang baik, seperti durabilitas dan kualitas produk yang sebanding dengan harga, dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Rekomendasi: Testimoni dari pengguna lain, ulasan positif, serta rekomendasi dari teman atau keluarga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk.

4.2.2 kebutuhan konsumen dalam membeli produk

Kebutuhan konsumen dalam membeli produk diffuser :

1. untuk meningkatkan kualitas Udara
2. menenangkan dan mengurangi stress
3. membantu mengatasi masalah tidur
4. mengurangi bau tidak sedap
5. estetika dan dekorasi

4.2.3 Kebiasaan konsumen dalam membeli produk untuk selanjutnya

Kebiasaan konsumen dalam pembelian produk untuk kedua, ketiga, dst :

1. Kualitas produk
2. Portable
3. Mudah digunakan

4.2.4 Kebiasaan konsumen baru dan konsumen setia

Konsumen baru dan konsumen setia menunjukkan perbedaan dalam kebiasaan pembelian produk mereka. Beberapa perbedaan tersebut meliputi:

1. **Penelitian:** konsumen baru cenderung menghabiskan waktu untuk mencari informasi mengenai berbagai produk yang tersedia, membaca ulasan, dan meminta rekomendasi dari orang lain sebelum membuat keputusan pembelian.
2. **sensitivitas harga:** konsumen baru lebih peka terhadap harga dan cenderung mencari penawaran atau diskon yang memberikan nilai lebih.
3. **perbandingan merek:** Konsumen cenderung membandingkan berbagai merek dan produk untuk menemukan opsi terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka.
4. **Frekuensi pembelian :** pada tahap awal konsumen cenderung lebih rendah karena konsumen baru masih dalam tahap evaluasi produk.

Tabel 4. 3 Analisa Kebiasaan Konsumen

Keterangan	Konsumen Baru	Konsumen Setia
Brand Awareness	tidak terlalu menghiraukan	memiliki penilaian sendiri
Pembelian Percobaan	Membeli produk dalam jumlah kecil atau memilih varian yang lebih murah untuk mencoba produk	tidak meragukan kualitas produk
Perilaku terhadap Harga	Konsumen baru lebih peka terhadap harga dan cenderung mencari penawaran atau diskon	Pembelian produk secara konsisten dan berkala
Testimoni	Konsumen baru sering mengandalkan testimoni dan rekomendasi dari teman ataupun keluarga	Konsumen Setia sudah yakin dengan produk dan mengandalkan rekomendasi dari spg
Tingkat Kepuasan	Penilaian produk didasarkan pada kesan pertama, dan sulit bagi produk untuk memenuhi standar tinggi yang dimiliki konsumen.	Tingkat kepuasan yang sangat tinggi tercermin dari pembelian berulang oleh konsumen, yang menunjukkan keyakinan mereka terhadap kualitas produk.

4.3 Hasil studi ergonomi & antropometri

Produk diffuser aromaterapi ini dirancang dengan memperhatikan dimensi panjang dan lebar tangan, berdasarkan pengukuran antropometri tangan dari populasi Indonesia. Dimensi tubuh pada produk ini menggunakan nilai tengah atau rata-rata dalam distribusi data.

Berdasarkan data antropometri Indonesia, rata-rata panjang tangan pada persentil 50 adalah 17,05 cm, sementara rata-rata lebar tangan adalah 9,43 cm (Hasanah, I. S., & Lestari, R. 2023). Oleh karena itu, tabung diffuser dirancang dengan lebar sekitar 8 cm, yang sesuai dengan lebar tangan rata-rata penduduk Indonesia.

4.4 Penentuan Harga Jual

Penetapan harga jual adalah proses menentukan harga yang tepat untuk produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Keputusan ini sangat penting karena berdampak langsung pada keuntungan yang diharapkan perusahaan. Penetapan harga jual melibatkan analisis faktor-faktor seperti biaya produksi, biaya operasional, dan nilai

produk perusahaan. Jika produk diasumsikan diperoleh dari produsen lain, maka perhitungan harga bahan baku dilakukan sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Harga bahan baku produksi

Harga Bahan Baku dari Vendor		
No.	Nama	Harga
1 .	Mesin Ultrasonic Mist Maker	Rp57.000
2.	Bambu Potongan per 100cm	Rp25.000
3.	Power Amplifier Speaker	Rp38.000
4.	Lampu LED	Rp20.000
5.	Anyaman Bambu 50x50	Rp60.000

Sementara itu, dalam mengoperasikan sebuah bisnis, diperlukan pengeluaran biaya operasional. Biaya operasional ini dapat dihitung dan diakumulasikan dalam rentang waktu bulanan. Berikut adalah rincian biaya operasionalnya::

Tabel 4. 5 Biaya Operasional

Operasional					
No	Jenis	Jumlah	satuan	Pengeluaran	Total
1.	Gaji Karyawan	6	Orang	Rp5.067.381	30.404.286
2.	Listrik	1	Bulan	Rp800.000	Rp.800.000
3.	Internet	1	Unit	Rp350.000	Rp350.000
4.	Logistik	1	Bulan	Rp500.000	Rp500.000
Total					32.054.286

Biaya operasional akan ditetapkan untuk setiap produk yang diproduksi, yang akan memengaruhi penetapan harga jual dan volume produksi setiap bulannya. Semakin tinggi volume produksi per bulan, biaya operasional per unit akan semakin rendah. Berikut adalah detail biaya operasional berdasarkan volume produksi:

Tabel 4.6 Penjualan Produk

Penjualan Produk		
Jumlah produksi/ bulan	Satuan	Operasional
100	pcs	520.000

Setelah mengetahui biaya operasional berdasarkan jumlah produksi produk per bulan, langkah selanjutnya adalah menentukan jumlah produksi yang diinginkan dalam satu bulan.

Tabel 4.7 Harga Produksi perbulan

Harga produk produksi 100pcs /bulan			
Jenis	Harga Bahan Baku	Operasional	Harga produk
Diffuser	Rp200.000	Rp520.000	Rp 720.000

Setelah mengetahui harga produk berdasarkan jumlah produksi per bulan, langkah selanjutnya adalah menetapkan keuntungan per produk yang dihasilkan. Keuntungan ini penting untuk mendapatkan laba dari penjualan produk. Dalam konteks ini, keuntungan yang diterapkan adalah sebesar 30% dari harga bahan baku. Harga jual produk dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.8 Harga Produksi Perbulan

Harga produk produksi 100pcs/bulan					
Jenis	Harga Produk	Laba 30%	Harga Produk Akhir	Harga Jual produk	Pembulatan
Diffuser	Rp 720.000	Rp216.504	Rp936.504	Rp956.504	Rp960.00

4.5 EOQ (*Economic Order Quantity*)

Model EOQ (*Economic Order Quantity*) adalah metode manajemen persediaan yang digunakan untuk menentukan jumlah optimal pesanan yang harus dibuat untuk mengurangi biaya total persediaan, termasuk biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Asumsi untuk produk diffuser adalah 100 unit yang diproduksi sebesar 1200 unit diffuser pertahun. Jika Modal Pembuatan produk Diffuser dipatokan seharga Rp300.000, maka dalam sekali pemesanan membutuhkan Rp225.000.000. maka perhitungan jumlah biaya ekonomisnya adalah sebagai berikut:

1 Bulan : 100 Produk

1 Tahun : 1200 Produk

Bahan Produksi : Rp 200.000/unit

Biaya Pemesanan : Rp 52.000.000 (s)

Kebutuhan/produk : 1 unit

Biaya Penyimpanan: 25% (I)

Membutuhkan unit (tahun): 1200 produk (R)

$$EOQ = \sqrt{2 \times R \times S \times P \times I \times E}$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times R \times S \times P \times I \times E}{E}}$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times 1.200 \times 52.000.000}{200.000 \times 25\%}}$$

$$EOQ = \sqrt{\frac{124.800.000.000}{50.000}}$$

$$EOQ = \sqrt{2.496.000} = 157 \text{ unit/order}$$

$$N = \frac{1.200}{1579} = 7,6 \approx 8 \text{ kali order/tahun}$$

$$\text{Annual Order} = \frac{360}{8} = 45 \text{ hari sekali}$$

4.6 Faktor Tenaga Kerja

Faktor tenaga kerja di perusahaan diffuser, seperti BloomAire, mencakup keahlian, keterampilan, efektivitas, dan motivasi dari karyawan yang terlibat dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran produk diffuser. Perusahaan ini memiliki sekitar enam karyawan yang menangani berbagai fungsi seperti penjualan (SPG), pengembangan bisnis (Busdev), administrasi, dan desain. Para karyawan bekerja selama lima hari dalam seminggu, dengan dua hari libur, dan setiap hari kerja berlangsung selama sembilan jam, mulai dari pukul 09.00 hingga 17.00, dengan waktu istirahat selama satu jam. Upah karyawan telah mengalami peningkatan sebesar 3,6% dari Upah Minimum Regional pada tahun 2023, dengan total sebesar Rp165.583. Dengan demikian, Upah Minimum Regional di Jakarta untuk tahun 2024 adalah sebesar Rp5.067.381.

Tabel 4. 9 Faktor Tenaga Kerja

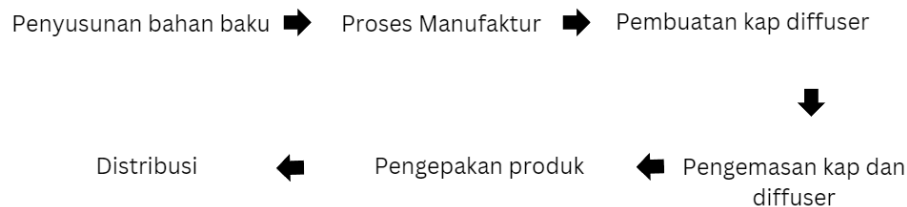
Faktor Tenaga Kerja			
Jenis Pekerjaan	Jumlah	Jam Kerja	Upah/hari

SPG (<i>Sales Promotion Girl</i>)	2	08.00-17.00	Rp165.583
Busdev (<i>Business Development</i>)	1	08.00-17.00	Rp165.583
Admin (<i>Administrator</i>)	2	08.00-17.00	Rp165.583
Desainer (<i>Designer</i>)	1	08.00-17.00	Rp165.583
Produksi (<i>Production</i>)	1	08.00-17.00	Rp165.583

4.7 Jalur Produksi

Jalur produksi mengacu pada serangkaian proses atau langkah-langkah yang dilakukan dalam pembuatan suatu produk atau barang. Proses ini meliputi berbagai tahapan, dari persiapan bahan baku, proses produksi, perakitan, pengujian, hingga akhirnya pengemasan produk. Jalur produksi dapat dilakukan secara manual atau menggunakan mesin dan teknologi otomatis untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

Flow Proses Produksi



Gambar 4.5 Flow Proses Produksi

Proses manufaktur dan alur produksi dalam pembuatan produk diffuser melibatkan serangkaian tahapan sebagai berikut:

1. **Penyusunan Bahan Baku:** Dalam tahap ini, dilakukan seleksi dan penataan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan diffuser, termasuk minyak esensial, botol kaca, nozzle, dan komponen lainnya.

2. **Proses Manufaktur:** Pada tahap ini, bahan baku dikelola dan disatukan menjadi elemen-elemen diffuser. Aktivitas ini bisa mencakup pemasangan nozzle, serta integrasi pompa udara.
3. **Pembuatan kap diffuser:** Setelah komponen diffuser selesai tahap selanjutnya yaitu pembuatan kap diffuser dari bahan bambu dan juga anyaman rotan. Proses ini dilakukan melewati pengrajin bambu
4. **Pengemasan kap dan diffuser:** setelah diffuser dan kap bambu telah dibuat proses selanjutnya adalah menyatukan kedua produk tersebut menjadi satu
5. **Pengepakan produk :** Setelah produk siap, produk diffuser kemudian dimasukkan ke dalam kemasan. Proses ini dilakukan secara manual.
6. **Distribusi:** Setelah dikemas, diffuser yang telah siap akan didistribusikan ke berbagai titik penjualan booth atau e-commerce melalui beragam jalur distribusi yang ada.

4.8 Product Life Cycle

Siklus hidup produk adalah kerangka konseptual yang menggambarkan perjalanan suatu produk dari tahap awal pengembangannya hingga tahap akhir di pasar. Konsep ini sering digunakan dalam manajemen produk dan strategi pemasaran untuk memberikan gambaran proyeksi masa depan produk yang akan diperkenalkan oleh perusahaan. Siklus hidup produk terdiri dari empat tahap utama, yaitu:

4.8.1 Tahap Pengenalan (*Introduction*)

Dalam fase ini, produsen mulai mengenalkan diffuser terbaru mereka ke pasaran. Investasi awal yang dibutuhkan seringkali tinggi, terutama untuk kegiatan promosi dan pemasaran. Konsumen mulai terbiasa dengan fungsi dan manfaat yang ditawarkan oleh diffuser.

4.8.2 Tahap Pertumbuhan (*Growth*)

Pada tahap pertumbuhan, permintaan dan penjualan *diffuser* mengalami peningkatan yang signifikan. Masyarakat mulai menghargai manfaat dari *diffuser*

untuk menciptakan suasana yang nyaman di rumah atau tempat kerja. Persaingan di pasar semakin ketat dengan kemunculan *diffuser* dari merek-merek baru.

4.8.3 Tahap Kedewasaan (*Maturity*)

Pada kedewasaan, laju penjualan *diffuser* mulai mereda. Meskipun permintaan masih ada, kompetisi harga menjadi semakin intensif. Untuk membedakan produk mereka, produsen dituntut untuk melakukan inovasi, seperti penyempurnaan fitur atau desain produk.

4.8.4 Tahap Penurunan (*Decline*)

Pada Tahap penurunan adalah periode di mana penjualan *diffuser* mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan oleh kemunculan teknologi atau produk alternatif yang lebih revolusioner. Dalam tahap ini, produsen perlu menyesuaikan strategi pemasaran atau bahkan mengembangkan produk baru untuk memenuhi ekspektasi konsumen yang berubah.

4.9 Implementasi SNI & ISO pada produk

Untuk produk *diffuser*, khususnya yang digunakan untuk mengedarkan aroma atau minyak esensial, ada sejumlah standar internasional dan regulasi nasional yang perlu diperhatikan. Berikut beberapa standar dan regulasi yang relevan untuk produk *diffuser*:

1. ISO 9235 - Aromatic natural raw materials - Vocabulary - Standar ini menyediakan kosakata istilah yang digunakan dalam bidang bahan baku alami aromatik.

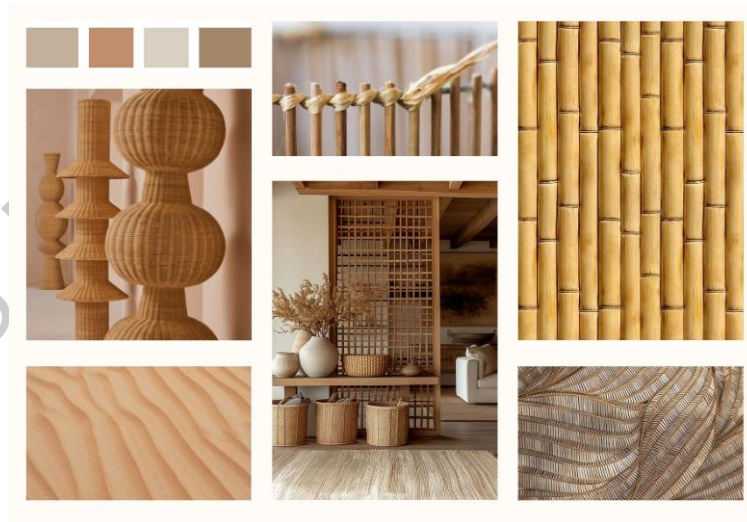
SNI (Standar Nasional Indonesia) - Indonesia memiliki beberapa SNI terkait dengan produk aroma, minyak esensial, dan *diffuser*. Seperti :

1. SNI 7548 - Produk *Diffuser* Aroma - Persyaratan dan Metode Pengujian
2. SNI 06-3730-1995 - Minyak Esensial - Spesifikasi dan Metode Pengujian
3. SNI 01-5008.7-1999 (Kayu lapis struktural).

4.10. Proses Desain

4.10.1. Moodboard

Penggunaan bambu dalam desain interior menciptakan berbagai kesan visual yang kuat dan menarik. Bambu juga dapat memberikan suasana sejuk dan menenangkan, sehingga sangat ideal untuk ruang-ruang seperti kamar tidur, ruang tamu, atau area meditasi. Untuk memudahkan penyampaian ide dalam kegiatan ini, dapat dilakukan dengan membuat moodboard.



Gambar 4. 6 ImageBoard Produk



Gambar 4. 7 Moodboard produk

4.10.2 Material

Material yang digunakan dalam produk diffuser ini terdiri dari bambu dan anyaman rotan. Bambu tumbuh dengan cepat dan dapat dipanen dalam waktu yang relatif singkat, sehingga menjadi sumber daya yang berkelanjutan. Material ini juga memiliki keunggulan, seperti kekuatan yang melebihi baja, sifat antibakteri, dan antijamur.

Sementara itu, Anyaman lembar terbuat dari rotan merupakan seni atau teknik tradisional dari Indonesia yang melibatkan penyusunan bilah-bilah rotan untuk menghasilkan berbagai jenis produk. Proses ini dilakukan dengan cara menyusun bilah rotan secara horizontal, yang kemudian disilangkan dengan bilah vertikal secara bergantian hingga terbentuk anyaman yang diinginkan.



Gambar 4. 8 *Bambu bilah dan Anyaman rotan*

(Sumber : <https://id.aliexpress.com/item/1005004337272997.html>)



Gambar 4. 9 *Bambu bilah*

(Sumber : <https://www.blibli.com/p/batang-bambu-bilah>)

4.10.3 Sketsa

Sketsa merupakan pendekatan pemikiran yang memberikan signifikansi pada proyek kasus dalam pendidikan desain. Proses ini, yang disebut sebagai bahasa sketsa memberikan interpretasi dan pandangan baru terhadap proses desain yang sedang berlangsung. Sketsa juga berperan dalam mempertimbangkan aspek-aspek teknis dalam desain produk, termasuk konstruksi, bahan, dan fungsi. Hal ini

berguna untuk merencanakan proses produksi secara lebih efisien dan efektif. Oleh karena itu, pembuatan sketsa menjadi langkah penting dalam proses merancang desain.



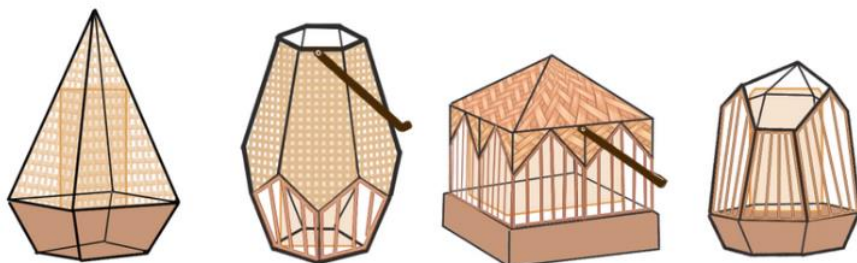
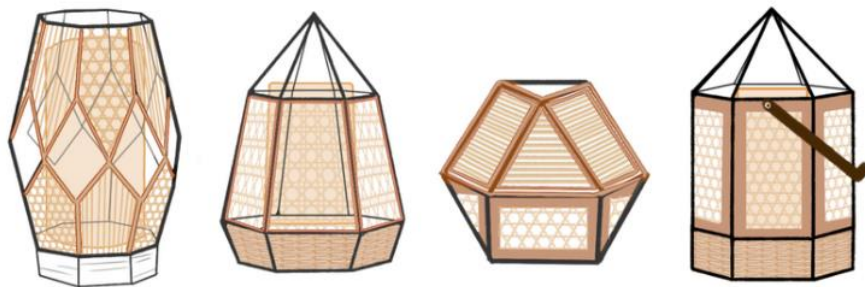
Gambar 4. 10 Sketsa (1)



Gambar 4. 11 Sketsa (2)



Gambar 4. 12 Sketsa (3)



Gambar 4. 13 Sketsa (4)



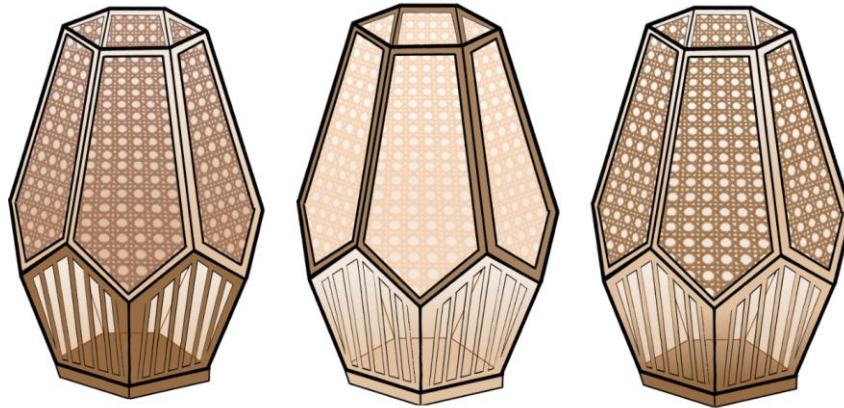
Gambar 4. 14 Sketsa (5)



Gambar 4. 15 Sketsa (5)

4.10.4. Sketsa Terpilih

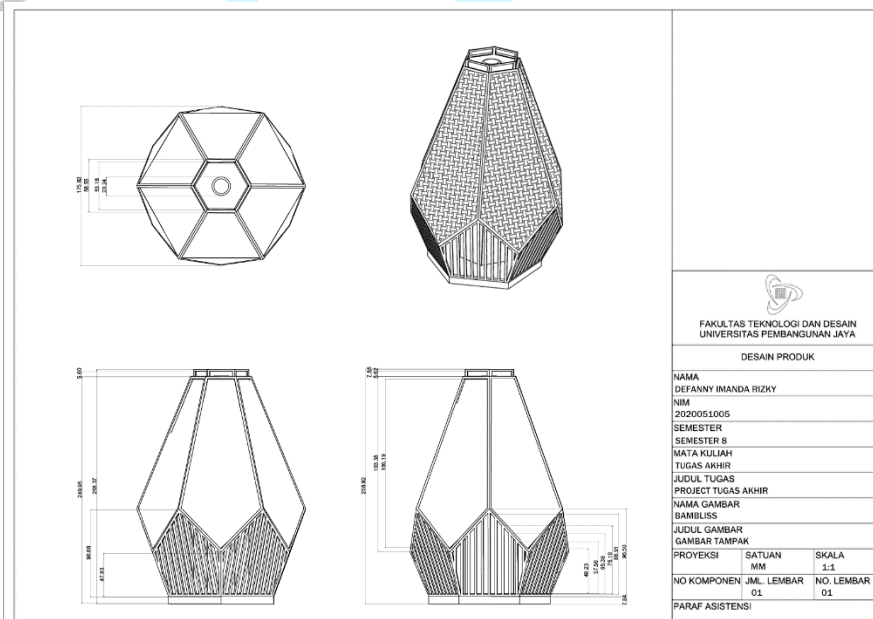
Dari berbagai alternatif eksplorasi sketsa, dipilih beberapa sketsa yang akan dijadikan panduan dalam pembuatan produk. Sketsa dipilih karena memenuhi kriteria seperti keunikan, elegan, dan estetika produknya. Sketsa yang terpilih untuk diffuser adalah sebagai berikut.



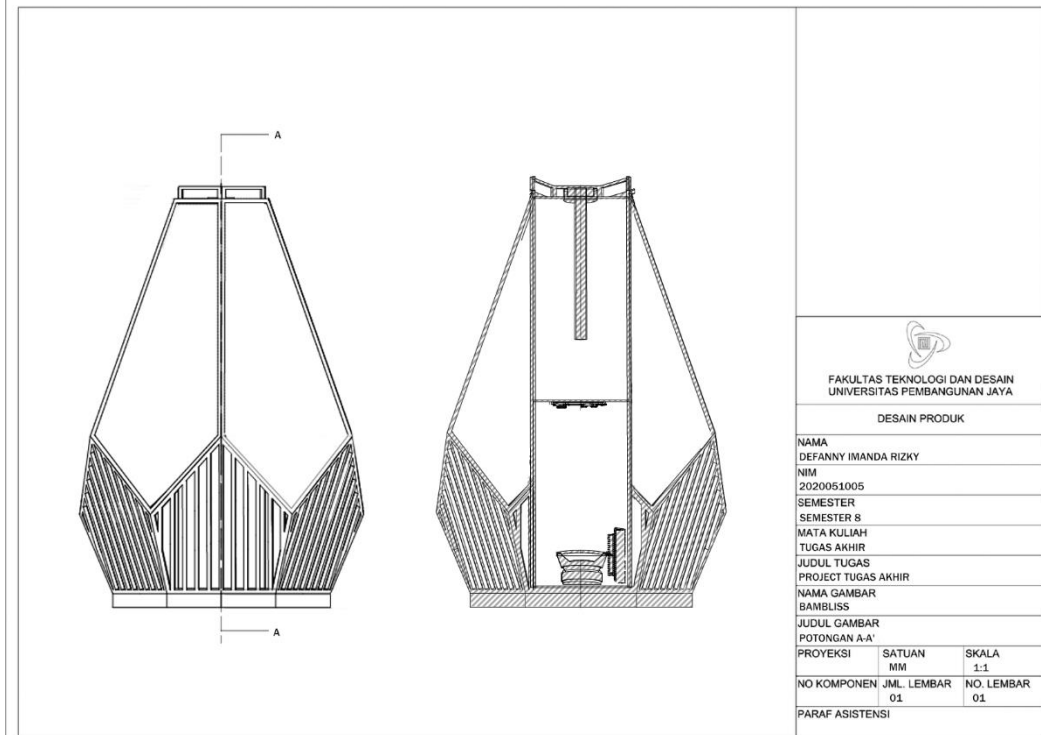
Gambar 4. 16 Sketsa Terpilih

4.10.5. Gambar Teknik

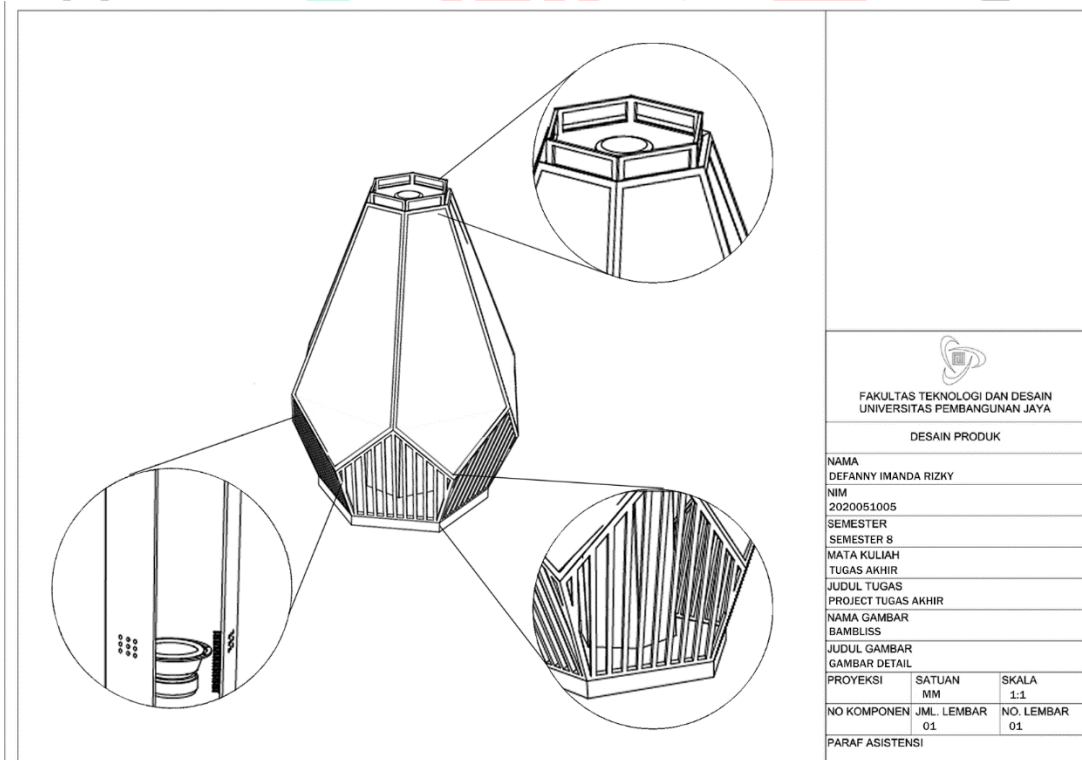
Gambar teknik adalah visual yang digunakan dalam bidang teknik dan manufaktur untuk menyampaikan informasi mengenai desain, bentuk, ukuran, dan spesifikasi suatu objek atau produk dengan jelas dan akurat. Berikut Gambar Teknik pada sketsa terpilih :



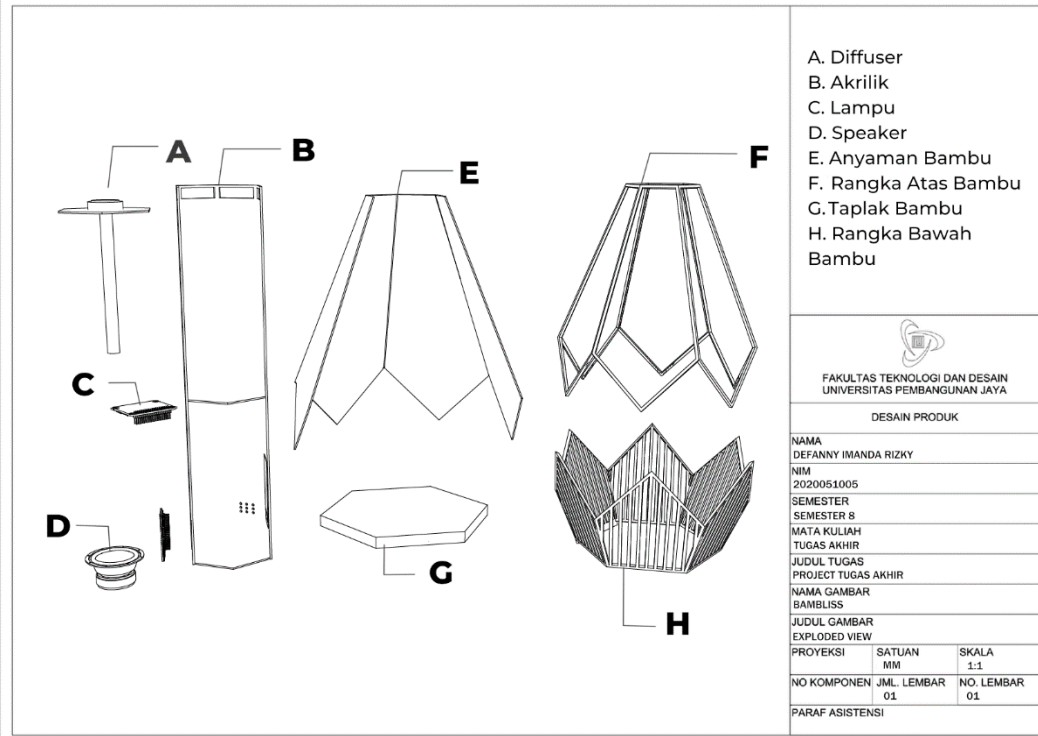
Gambar 4. 17 Gambar Tampak



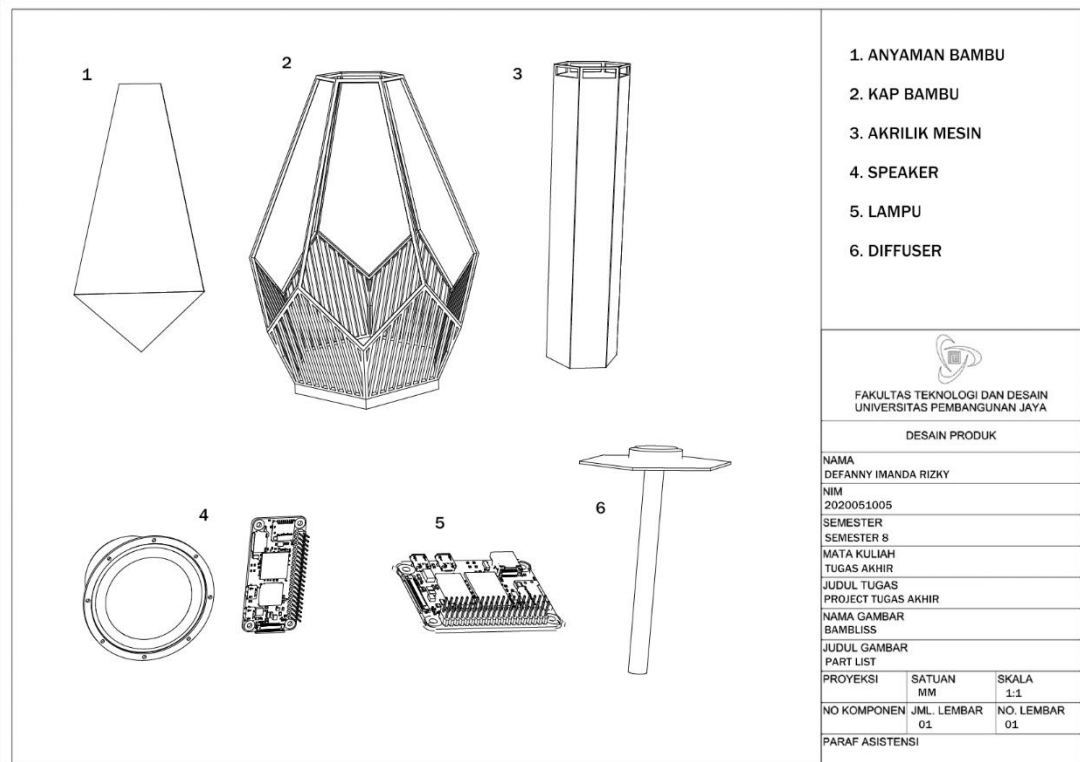
Gambar 4. 18 Gambar Potongan A-A' B-B'



Gambar 4. 19 Gambar Detail



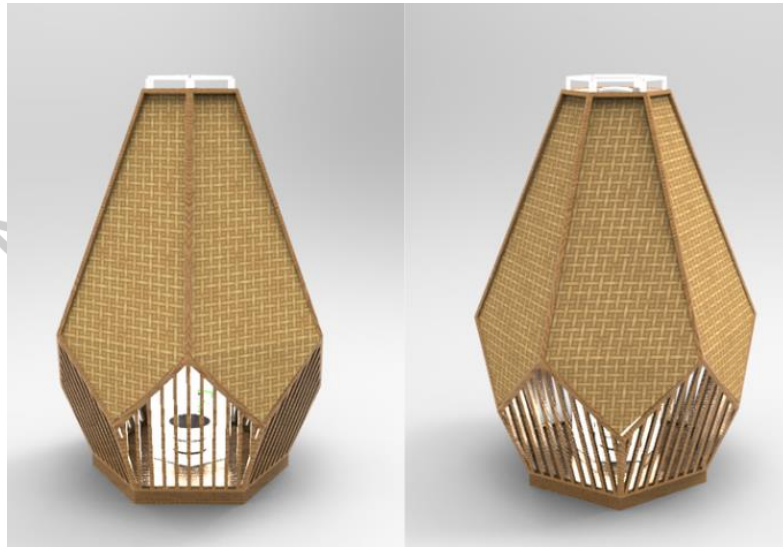
Gambar 4. 20 Exploded View



Gambar 4. 21 Part List

4.10.6 3D Model

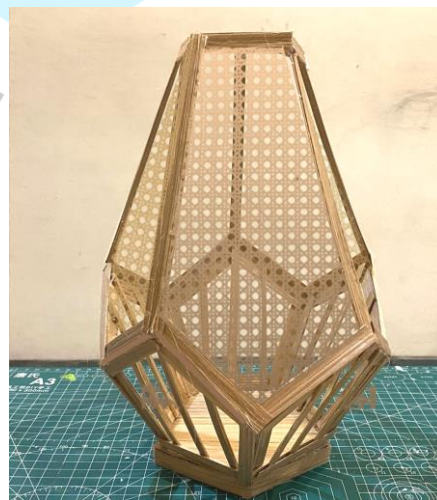
Pemodelan 3D adalah proses menciptakan objek tiga dimensi yang diwujudkan dalam bentuk visual yang nyata, mencakup bentuk, tekstur, dan ukuran objek. Model 3D digunakan dalam industri teknik, arsitektur, dan manufaktur untuk merancang dan mengembangkan produk baru, memungkinkan visualisasi dan penyesuaian sebelum pembuatan prototipe.



Gambar 4. 22 Rendering Produk

4.10.7 Mockup

Pembuatan *mockup* kap bambu dilakukan dengan membuat pola segi enam, yang kemudian dijadikan patokan untuk setiap sisi bagian bawah kap bambu. Berikut Gambar *Mockup* yang telah dibuat :



Gambar 4. 23 Mockup

4.10.8 Proses Produksi

Proses produksi merupakan rangkaian cara, metode, dan teknik yang digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang tersedia seperti tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dan dana. Proses produksi yang dilakukan oleh brand Bambliss meliputi tahapan berikut ini:



Gambar 4. 24 Proses Produksi

4.10.9 Produk Akhir



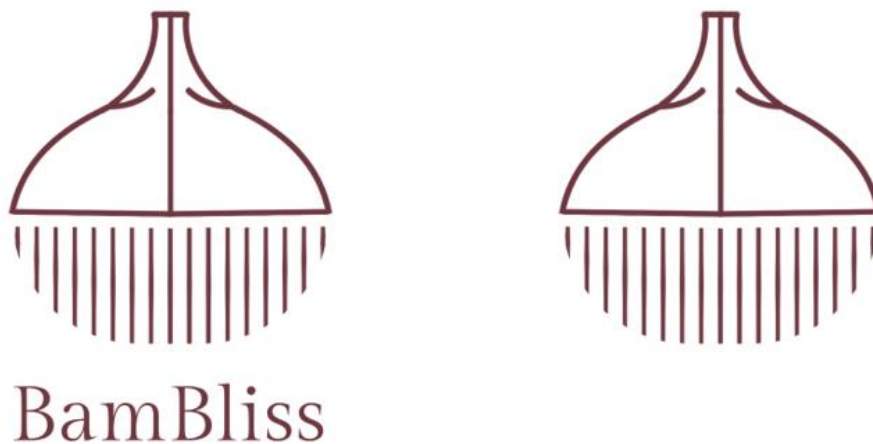
Gambar 4. 25 Hasil Produk

4.11 Proses Branding

4.11.1 Nama Brand

Nama merek BamBliss dipilih untuk produk ini dengan filosofi yang menggabungkan kata "bamboo" dan "blissful", yang artinya "bahagia" dalam bahasa Inggris. Kombinasi kata-kata ini menggambarkan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna. Dengan menggunakan diffuser yang menyehatkan dan bahan bambu alami, BamBliss menciptakan rasa kenyamanan, kesehatan, dan ketenangan bagi pengguna.

4.11.2 Logo



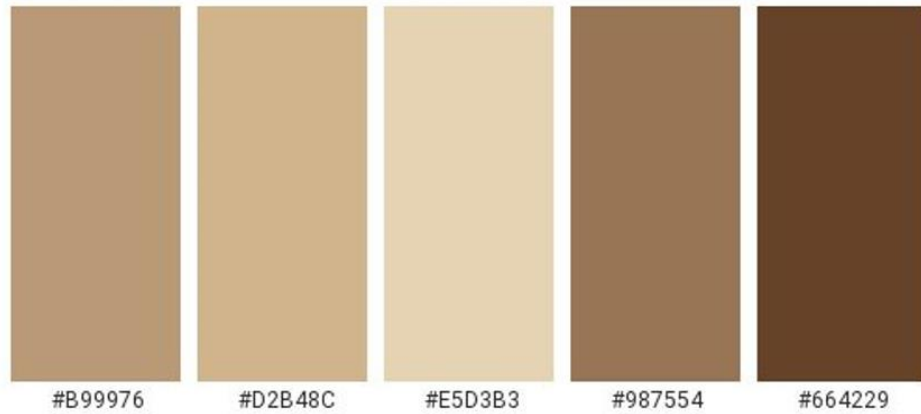
Gambar 4. Logo BamBliss

4.11.3 Tujuan Brand

Tujuan Bambliss adalah untuk menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga memberikan nilai tambah melalui desain dan fungsionalitas yang ramah lingkungan dirancang dengan estetika yang menarik dan cocok untuk berbagai gaya desain interior, baik modern maupun tradisional, sambil tetap memastikan fungsionalitas yang optimal.

4.11.4 Skema Warna

Tujuan penggunaan skema warna dalam branding adalah untuk membentuk identitas visual yang konsisten, menarik, dan mudah dikenali. Warna berperan dalam membangun dan memperkuat identitas unik suatu merek, sehingga memudahkan konsumen mengenali dan mengingat merek tersebut.



Gambar 4. Logo BamBliss

4.11.5 Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan pemilihan dan penataan huruf. Tujuannya yaitu untuk Untuk menciptakan konten yang sesuai dengan tujuan, penggunaan tipografi harus menyesuaikan teks dalam desain secara tepat.

1. Headline Typeface

Gilda Display

Normal ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Medium abcdefghijklmnopqrstuvwxyz