

## **BAB III**

### **DESAIN DAN PERANCANGAN**

#### **3.3. Konsep Desain**

##### **3.1.1. Identifikasi Data**

###### **3.1.1.1. Profil CV. Mutiara Jepara Indofurni**

CV. Mutiara Jepara Indofurni adalah produsen dan pengeksport *furniture outdoor* di Indonesia. Ragam furnitur penuh gaya kami dibuat dari: set *furniture* teras, mebel teras jati, mebel teras rotan, *furniture* teras luar ruangan, furnitur taman set, dan banyak produk *furniture* Indonesia.

CV. Mutiara Jepara Indofurni telah mendapatkan reputasi untuk harga yang kompetitif sambil memberikan layanan pribadi yang tak tertandingi, terus berusaha untuk keunggulan melalui desain inovatif, perhatian terhadap detail dan pengiriman yang cepat. Kami menjual kepada produsen, grosir, distributor, perusahaan perdagangan, proyek hotel, pengembang real estat, dan toko pengecer juga. Didirikan pada tahun 1998, CV. Mutiara Jepara Indofurni dapat melayani 20'Gp kontainer 40'HC per bulan dan CV. Mutiara Jepara Indofurni memiliki pabrik di Jepara Jawa Tengah Indonesia. Dengan senang hati CV. Mutiara Jepara Indofurni berbisnis dengan perusahaan Anda dan CV. Mutiara Jepara Indofurni mengantisipasi hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

CV. Mutiara Jepara Indofurni menawarkan rangkaian eksklusif baik dari koleksi Modern dan Klasik dari *Furniture outdoor*, *Furniture Outdoor* menggunakan hanya kayu jati solid berkelanjutan berkualitas terbaik (100 % Kualitas Grade A). Semua furnitur CV. Mutiara Jepara Indofurni dibuat dengan terampil menggunakan metode pertukangan tradisional dan beberapa mesin untuk perabotan. Jadi produk CV. Mutiara Jepara Indofurni adalah *full machine made*. Perhatian terhadap detail dan dedikasi diterapkan pada setiap bagian *furniture*

melalui penelitian yang teliti dan standar kualitas yang sangat baik untuk pengendalian kualitas.



Gambar 3.1 Depan Gudang CV. Mutiara Jepara Indofurni  
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.2 Suasana Aktifitas Pekerja CV. Mutiara Jepara Indofurni  
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.3 Suasana Di Dalam CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.4 Suasana Kantor CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

### 3.4. Data Produk

#### 3.4.2. Jenis Produk

##### 1. Victoria Stacking Arm Chair



Gambar 3.5 Produk CV. Mutiara Jepara Indofurni “Victoria Stacking Arm Chair”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Victoria Stacking Arm Chair yaitu kursi taman dengan model modern yang menggunakan perpaduan bahan Kayu jati dan stainless, stainless di terapkan pada bagian rangka sedangkan untuk kayu di terapkan pada alas dudukan, sandaran dan alas tangan kaki kursi tersebut. kursi ini memiliki ukuran 50x70x93cm

##### 2. Stacking Chair



Gambar 3.6 Produk CV. Mutiara Jepara Indofurni “Stacking Chair”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Stacking Chair salah satu desain produk lama, namun masih di gemari oleh pembeli, karena kursi ini terlihat simple namun tetap gagah, dengan kontruksi yang sesuai menjadikan kursi ini kokoh, kursi ini berukuran 60x62x90cm.

### 3. Hexagon Fixed Table



Gambar 3.7 Produk CV. Mutiara Jepara Indofurni “Hexagon Fixed Table”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Hexagonal Folding Table ini berdesain segi enam dengan alas kayu lurus yang di susun, dan untuk kaki meja berbentuk silang yang dapat di lipat, sehingga praktis dan mudah untuk di pindah-pindahkan, meja ini berukuran 120x120x75cm yang berkapasitas untuk enam kursi.

### 4. Florida Chair



Gambar 3.8 Produk CV. Mutiara Jepara Indofurni “Carina Folding Chair”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Florida Chair adalah kursi santai berbentuk lounger mini yang mempunyai kenyamanan, kursi ini sangat cocok untuk di resto pantai atau taman anda. dengan penambahan meja kecil menjadi satu set, kursi berukuran 60x72x75cm, Sambil membaca atau mengobrol dengan pasangan anda dengan santai dan nyaman.

#### 5. Melbourne Sofas



Gambar 3.9 Produk CV. Mutiara Jepara Indofurni “Round Fixed Table”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Melbourne sofa ini tersusun rapi dari beberapa rangka kotak, sehingga terlihat minimalis, dengan beberapa rangka kursi, yang bisa disusun menjadi berbagai bentuk, contohnya seperti sofa L, Untuk kain dan busa kami menggunakan kualitas yang bagus dan tahan air. sehingga sangat cocok untuk ditempatkan di taman anda. Untuk sofa ini berukuran 180x70x85cm.

#### 6. Lounger



Gambar 3.10 Produk CV. Mutiara Jepara Indofurni “London Lounger”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

London stacking sun lounge ini mempunyai gaya minimalis modern, dengan kayu yang senada membuat kursi ini semakin elegan, kursi lounge ini sangat cocok untuk di pinggir pantai dengan berjejeranya kursi ini dan penambahan meja kecil membuat kursi lounge ini sangat pas untuk anda. Ukuran dari lounge ini 200x79x38cm.

### 3.4.3. Segmentasi Pasar

#### 1. Geografis

Segmentasi Geografi merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografi yang berbeda, misalnya wilayah, Negara bagian, provinsi, kota, dan kepulauan (Suyanto, 2007).

Segmentasi geografi CV. Mutiara Jepara Indofurni merupakan wilayah kota Jepara, Khususnya di Desa Bawu RT 41 RW 08, Kec. Batealit Jepara, Jawa Tengah.

#### 2. Demografis

Pengelompokan pasar yang berdasarkan variable-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pekerjaan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas social (Suyanto, 2007).

1. Jenis kalangan : Pria dan Wanita
2. Pendidikan : Umum
3. Status sosial ekonomi : Semua lapisan masyarakat
4. Target audiens :Konsumen CV. Mutiara Jepara Indofurni.

#### 3. Psikografis

Mengelompokkan pasar ke dalam variable gaya hidup, nilai dan kepribadian. Gaya hidup ditunjukkan oleh orang-orang yang menonjol dari suatu kelas social (Suyanto, 2007).

1. Gaya hidup : Sosial, aktif
2. Kepribadian : Peduli, bebas

3. Manfaat : Bertujuan untuk menambah citra perusahaan yang lebih bergengsi.

#### 3.4.4. Analisis SWOT

Dalam buku metode Riset (Jonathan, 2007), bahwa analisis SWOT terutama digunakan sebagai dasar menilai dan menilai ulang (re evaluasi) tentang hal yang sudah ada dan sebelumnya telah diputuskan dengan tujuan me minimalisasi resiko yang akan timbul.

Aspek Kekuatan ( <i>Strength</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CV. Mutiara Jepara Indofurni memiliki beberapa produk yang berbeda dengan furniture yang lain seperti dalam bahan baku.</li> <li>- Memiliki bentuk yang rapi dan presisi</li> </ul>
Aspek Kelemahan ( <i>Waekness</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum memiliki media promosi yang menggunakan bentuk katalog.</li> <li>- Kurang banyak memanfaatkan media promosi yang digunakan</li> </ul>
Aspek Peluang ( <i>Opportunity</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan bentuk media promosi yang berbeda dapat menarik minat konsumen serta penempatannya di dalam katalog</li> <li>- Mampu mempromosikan perusahaan dengan tepat dan juga memberikan informasi yang efektif kepada konsumen CV. Mutiara Jepara Indofurni</li> </ul>

Aspek Ancaman (Treat)	- Perusahaan teak garden sudah sangat banyak dan akan selalu bersaing dalam segi promosi maupun harga.
-----------------------	--

Tabel 3.1 Analisis SWOT

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

### 3.4.5. Strategi Kreatif

Pengertian strategi kreatif, strategi harus dirancang secara kreatif dengan menggali segala sesuatu dibalik fakta dan menyusun ke arah gagasan kreatif yang mampu menciptakan penjualan. Strategi kreatif bukan semata-mata proses logika, tetapi juga menyangkut seni. Namun demikian, untuk memperoleh strategi yang dapat digunakan, strategi harus dibuat berdasarkan fakta. Terdapat beberapa pendekatan untuk mengerjakan strategi kreatif, antara lain: denerik, primitive, unique selling proposition, menciptakan suatu brand image, mencari inhere drama in the brand, dan positioning. (Suyanto, 2004).

### 3.4.6. Pemilihan Media

Untuk menyampaikan sebuah pesan dengan baik maka perlu adanya media pendukung yang sesuai agar diterima oleh masyarakat, Pemilihan media pendukung tersebut bertujuan untuk mengetahui kapasitas karya tersebut dalam hal luas.

Berdasarkan pengumpulan dan analisis data dari objek maka data tersebut dapat disimpulkan bahwa kapasitas dari karya tersebut ialah sebagai berikut :

No	Hambatan	Solusi	Output Lauran
1.	Belum adanya, dan di temukan karya tersebut dalam promosi produk melalui katalog pada	Merancang katalog produk yang berisikan foto deskripsi, ukuran, warna ,dan harga pada produk	Katalog

	CV. Mutiara Jepara Indofurni	CV. Mutiara Jepara Indofurni	
2.	Pengenalan profil perusahaan dan produk-produk CV. Mutiara Jepara Indofurni	Membuat Booklet yang di dalamnya terdapat profil dari perusahaan dan terdapat produk-produk CV. Mutiara Jepara Indofurni	Booklet
3.	Belum adanya jenis-jenis desain yang menggunakan karya tersebut	Merancang poster dengan teknik fotografi produk dan layout	Poster
4.	Bentuk pendukung media Katalog	Untuk mendukung bentuk karya utama katalog diperlukan Roll up Banner sebagai informasi tentang harga dan jenis produk lain yang ada pada CV. Mutiara Jepara Indofurni, yang dapat di akses melalui website yang sudah dimasukkan kedalam bentuk Barcode	Roll up Banner

Table 3.2. Pemilihan Media

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

### 3.4.7. Strategi Perancangan

#### 1. Pendekatan Komunikasi

Strategi perancangan yang akan dibuat untuk memecahkan masalah tentang perancangan katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni agar terlihat menarik dan bisa dinikmati secara *offline* maupun *online* oleh konsumen, Seperti yang sudah direncanakan sebelumnya konsep yang dilakukan ini bertujuan sebagai media katalog produk, maka dari itu

pelanggan setia ataupun calon pelanggan memberikan nilai positif dan nilai tambah serta memberikan kesan yang positif.

## 2. Strategi Verbal

Bentuk materi yang akan disampaikan pada media ini adalah memuat tentang produk-produk dari CV. Mutiara Jepara Indofurni, supaya konsumen lebih mudah memilih dan memiliki ketertarikan terhadap produk-produk CV. Mutiara Jepara Indofurni.

## 3. Strategi Visual

Strategi visual ini menggunakan teknik fotografi desain dan tambahan dari layout yang akan di terapkan untuk menghasilkan buku katalog, dengan harapan agar konsumen maupun calon konsumen mendapatkan kemudahan dan memiliki daya tarik yang lebih.

### 3.4.8. Media Berkarya

#### 1. Perangkat Keras

Perangkat yang digunakan dalam proses pembuatan katalog yaitu dengan beberapa perangkat sebagai berikut :

- a) Laptop Asus A456U
- b) Mouse Logitech M331
- c) Sony Mark II
- d) Iphone 8+
- e) Print Laser Epson
- f) Lighting

#### 2. Perangkat lunak

Perangkat yang di gunakan dalam pembuatan katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni menggunakan perangkat lunak windows 10 dan memakai aplikasi sebagai berikut:

- a) Adobe Illustrator pro cc 2017
- b) Adobe Photoshop pro cc 2017
- c) Microsoft Word

### 3.5. Perancangan

#### 3.5.2. Karya utama

##### 3.5.2.1. Katalog

Katalog merupakan etalase bagi bisnis untuk menampilkan dan membagikan informasi produk agar pelanggan dapat dengan mudah menjelajah dan menemukan sesuatu yang ingin dibeli, katalog ini menggunakan teknik fotografi desain yang bertujuan untuk mempermudah pembeli dan juga menambah daya tarik konsumen.

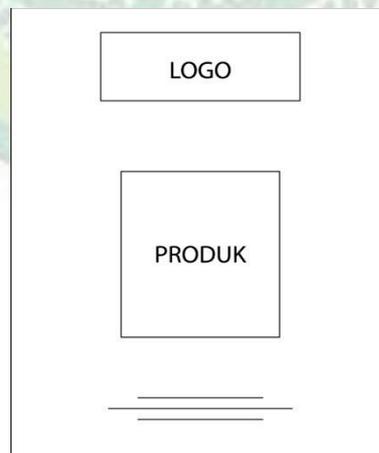
##### a) Alasan memilih media

Katalog merupakan salah satu kebutuhan setiap perusahaan, dengan tampilan desain yang menarik tentu akan menambah citra baik bagi perusahaan tersebut.

##### b) Konsep Desain

Desain katalog dalam perancangan ini menggunakan visualisasi foto produk untuk isi dari katalog tersebut. Pada isi dalam katalog tersebut foto produk akan di croping dan di layout dengan bentuk yang lebih menarik, jadi produk yang akan di tampilkan lebih informatif untuk konsumen yang membaca.

##### c) Layout



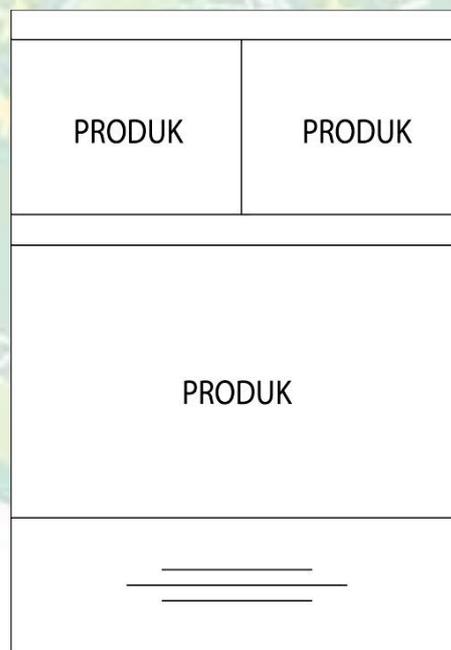
Gambar 3.11. Bentuk Sketsa Layout Kasar Cover Depan Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



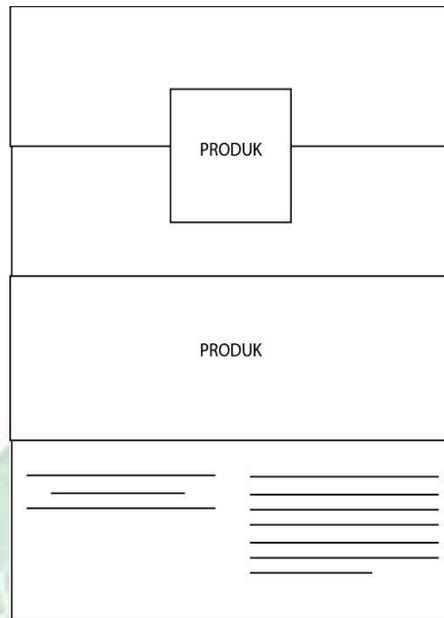
Gambar 3.12.. Bentuk Sketsa Layout Kasar Profil CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



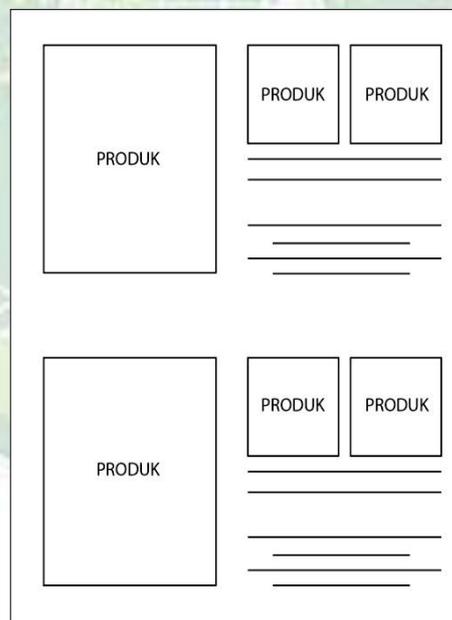
Gambar 3.13. Bentuk Sketsa Layout Kasar Isi Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



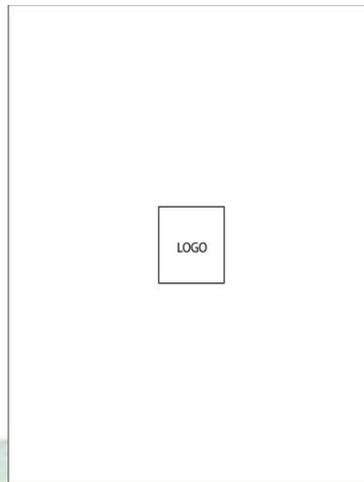
Gambar 3.14. Bentuk Sketsa Layout Kasar Isi Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.15. Bentuk Sketsa Layout Kasar Cover Belakang Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.16. Bentuk Sketsa Layout Kasar Cover Belakang Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni  
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

#### d) Fotografi Produk

Fotografi produk sudah dijelaskan pada bagian data produk. Objek utama pada halaman-halaman katalog yaitu produk *furniture outdoor* dari CV. Mutiara Jepara Indofurni menggunakan teknik fotografi dan editing untuk pewarnaan foto agar produk yang ditampilkan memberikan visual yang menarik.



Property	Value
Camera	
Camera maker	SONY
Camera model	ILCE-7M2
F-stop	f/5.6
Exposure time	1/80 sec.
ISO speed	ISO-800
Exposure bias	0 step
Focal length	50 mm
Max aperture	1.6953125
Metering mode	Pattern
Subject distance	
Flash mode	flash , compulsory
Flash energy	
35mm focal length	50

Gambar 3.17. Teknik Pengambilan Gambar Produk “Stacking Chair”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



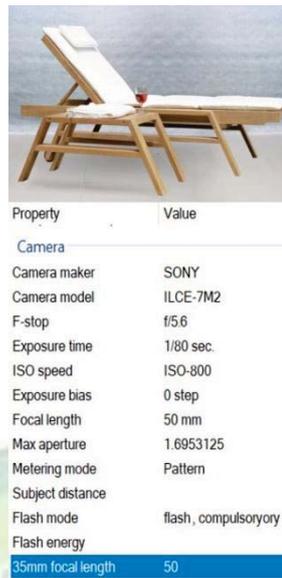
Gambar 3.18. Teknik Pengambilan Gambar Produk “Classic Folding Chair”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



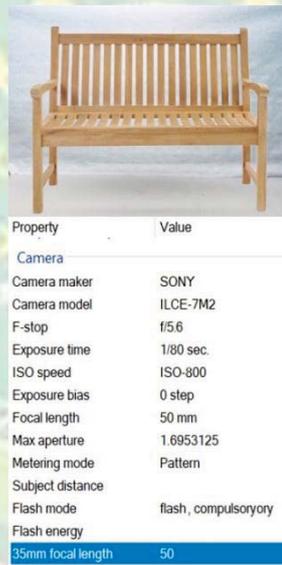
Gambar 3.19. Teknik Pengambilan Gambar Produk “Exagon Fixed Table”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.20. Teknik Pengambilan Gambar Produk “London Loungers”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.21. Teknik Pengambilan Gambar Produk “Java Bench”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.22. Teknik Pengambilan Gambar Produk “Victoria Stacking Arm Chair”

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

#### e) Layout

Pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawa. Definisi layout dalam perkembangannya sudah sangat meluas dengan definisi desain itu sendiri.

Desain dan layout yang dilihat pada masa kini sesungguhnya ialah hasil perjalanan dari proses eksplorasi kreatifitas seorang manusia yang tiada henti di masa lalu. Untuk menyelami proses itu akan memperkaya wawasan seorang desainer sekaligus membuatnya lebih bijaksana dalam berkarya. Layout yang dikerjakan melalui proses dan tahapan yang benar bukan tidak mungkin akan berdampak positif pada tujuan apapun yang diinginkan untuk dicapai seorang desainer melalui karya desain yang dibuatnya.

## f) Font

Pemilihan huruf pada katalog ini memilih huruf yang mudah dibaca oleh para calon *customer*, huruf yang dipilih mempunyai karakteristik yang dapat dengan mudah dibaca.

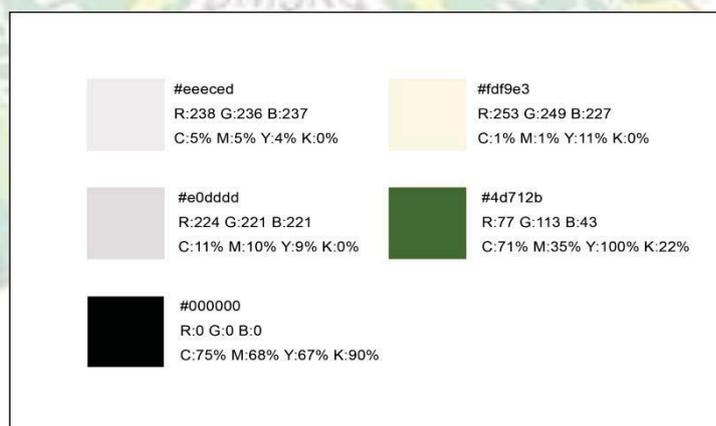
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

Gambar 3.23. Montserrat Font

Sumber: Adobe Illustrator, 2020

## g) Warna

Setelah penggalian konsep yang sudah dibuat, maka untuk memperkuat tampilan katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni perlu adanya pewarnaan pada desain tersebut, berikut penggunaan warna yang dipakai pada rancangan katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni menggunakan fotografi desain.



Gambar 3.24. Pemakaian Warna Yang diterapkan Pada Katalog Cv.Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

### 3.5.3. Media pendukung

#### 3.5.3.1. Booklet

*Booklet* adalah sebuah buku yang biasanya digunakan sebagai media untuk menampilkan berbagai produk atau jasa suatu perusahaan.

Melalui *booklet*, perusahaan dapat menyampaikan secara rinci setiap produk atau jasa yang disediakan atau dijual oleh perusahaan secara langsung kepada para pelanggan dalam bentuk *offline*. *Booklet* layaknya sebuah media informasi dari perusahaan yang berisikan koleksi serta daftar produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

##### a) Alasan memilih media

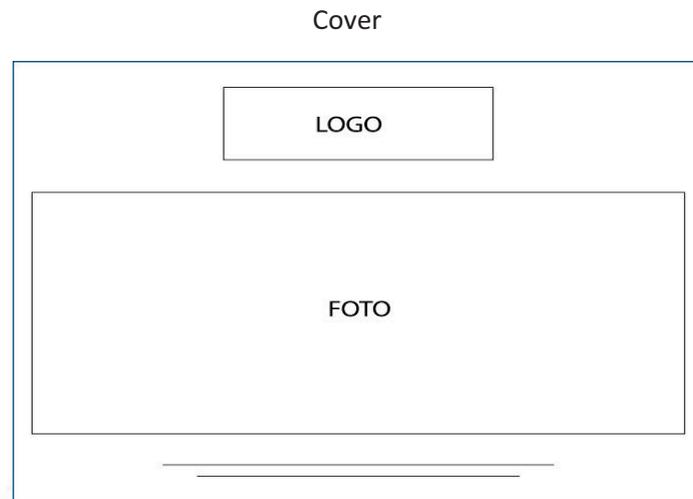
Disini *booklet* berfungsi untuk media pendukung karya utama dalam bentuk media cetak. karena *booklet* memiliki banyak fungsi, salah satunya sebagai media pengenalan produk beserta keterangan-keterangan tentang produk tersebut, selain itu sebagai penganalan profil CV. Mutiara Jepara Indofurni.

Sehingga menjadikan media pendukung yang efisien dan efektif dalam bentuk media cetak. dikatakan efektif karena dengan menyediakan berbagai macam gambaran produk maka pelanggan akan lebih mudah untuk menemukan produk yang diinginkan.

##### b) Konsep desain

Desain booklet memilih desain yang simpel, praktis dan menarik agar audien mengenal dan tertarik terhadap produk CV. Mutiara Jepara Indofurni.

## c) Layout



Gambar 3.25. Sketsa layout Penerapan Kedalam Media Booklet

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.26. Sketsa layout Penerapan Kedalam Media Booklet

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

### 3.5.3.2. Poster

Poster merupakan media luar yang sering digunakan dan mudah ditemui dimana dan kapan saja. Poster sebagai media promosi banyak dijumpai di papan pengumuman, di pinggir jalan, maupun tempat umum lainnya. Kemunculan poster pertama kali didukung dengan ditemukannya teknik litograf (cetak) dan kromagraf (pewarnaan) pada akhir tahun 1780-an. Pada pertengahan abad 19, poster mulai banyak digunakan di Eropa, pada 1866, sekitar 1000 poster dibuat oleh Julius Cheret untuk promosi permanen, pertunjukan teater, dan produk-produk lain di Paris. Saat ini poster digunakan untuk pengumuman, promosi layanan jasa dan produk, dan propaganda (Ardhi, 2013).

Menurut Kusrianto (2009) “menjelaskan bahwa, poster adalah salah satu bagian seni grafis yang memiliki gaya, aliran, maupun trend tersendiri yang tidak lepas dari tingkat penguasaan teknologi serta gaya hidup dari suatu zaman, Oleh karena poster dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi, maka poster menjadi elemen dalam Desain Komunikasi Visual.

#### a) Alasan memilih media

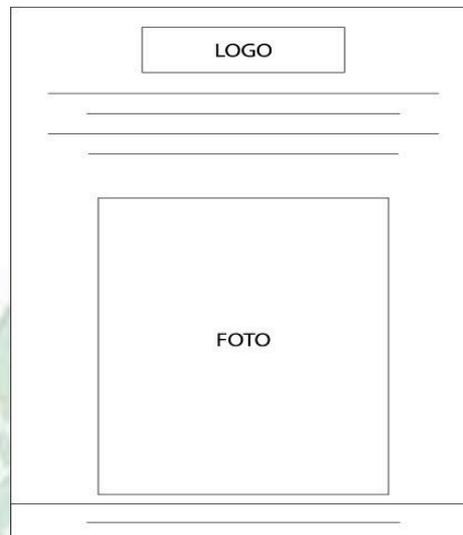
Poster merupakan media luar ruangan yang multi fungsi, dapat ditempatkan pada semua media, keramaian atau banyak pengunjung di suatu tempat, pada majalah dinding Kota, terminal, dan tempat keramaian lainnya. Pesan yang tertuang dalam media poster cenderung dirancang sedemikian mungkin dan menarik, sehingga media ini efektif membuat pengunjung tersebut melihat, membaca, menikmatinya, dan secara otomatis mendapatkan informasi mengenai CV. Mutiara Jepara Indofurni.

#### b) Konsep desain

Pembuatan poster CV. Mutiara Jepara Indofurni. memiliki bentuk foto produk yang dibuat oleh CV. Mutiara Jepara

Indofurni, serta menunjukkan promo serta informasi kontak pemesanan

c) Layout



Gambar 3.27. Sketsa layout Penerapan Kedalam Media Poster foto produk

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

### 3.5.3.3. Roll up Banner

Roll Banner adalah jenis banner yang penggunaannya di tarik dari bawah ke atas pada bagian headernya. Roll up banner memuat informasi yang hampir sama dengan X banner dan Y banner, yang membedakannya adalah tampilan Roll up banner tampak lebih kokoh karena terbuat dari bahan stainless dan alumunium yang membuatnya lebih berdiri tegak.

a) Alasan memilih media

Sebagai media penempatan barcode dan juga menampilkan foto produk CV. Mutiara Jepara Indofurni. Barcode yang tertera di Roll up banner akan menyambungkan ke website CV. Mutiara Jepara Indofurni.

Desain yang digunakan pada label harga ini memiliki Bentuk desain yang sederhana, dan mencantumkan logo, deskripsi dan harga produk tersebut.

## b) Layout



Gambar 3.28. Sketsa layout Penerapan Ke dalam Roll Up Banner

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

**3.5.3.4. Hasil Kuesioner**

Kuesioner ini berisi tentang pemilihan objek yang akan dibuat untuk Tugas Akhir, Kuesioner ini ditujukan untuk masyarakat umum, dan juga untuk mahasiswa desain komunikasi visual yang sudah paham tentang. Berikut ini pertanyaan dan hasil dari kuesioner

## a. Pertanyaan Kuesioner

1. Pilihlah salah satu desain yang menurut anda bagus untuk diimplementasikan pada desain katalog furniture ?

Opsi 1



Opsi 2



Opsi 3



Gambar 3.29. Pertanyaan Kuesioner

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

2. Apakah pilihan anda sudah memenuhi prinsip-prinsip desain ?

Ya

Tidak

Mungkin

3. Jika iya, berikan alasannya ?

Teks jawaban panjang

Gambar 3.30. Pertanyaan Kuesioner

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

## b. Hasil dari Kuesioner

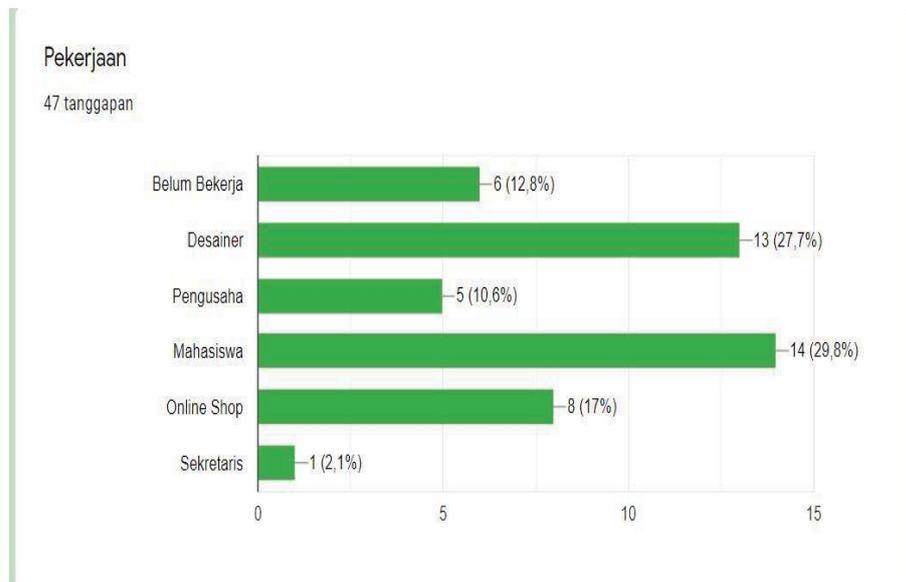
Nama

47 tanggapan

Fira Maulana
Fahrul Fahmi
Muhammad Romzul Khoir
Gupita Diah Kusuma
agung dwi
Syaifur Rahman
sarwono
Rifatul Maulida
Muhammad Azizi

Gambar 3.31. Hasil Kuesioner

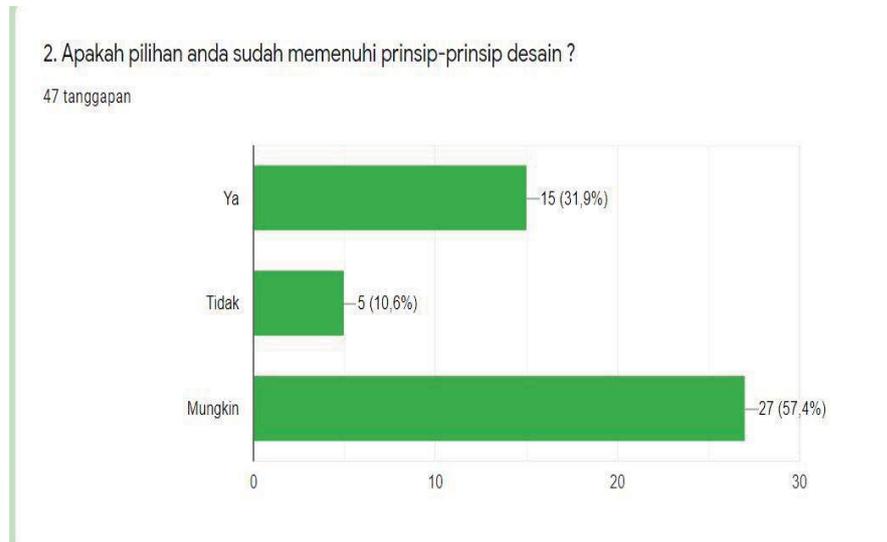
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.32. Hasil Kuesioner  
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.33. Hasil Kuesioner  
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 3.34. Hasil Kuesioner  
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

3. Jika iya, berikan alasannya ?

20 tanggapan

- simpel dan terlihat rapi
- layout tertata rapi serta mampu menampilkan produk dengan jelas
- penataan layout yang menarik
- Saya lebih suka no 2, desain bagus dan Rapi
- menurut saya karena penataan layout yg baik dan enak di lihat. pemilihan warna yg ngak terlalu rame terlihat elegan
- tidak membosankan untuk dilihat
- sudah memenuhi prinsip desain dan enak d lihat
- Simple
- bagus dan tertata rapi

Gambar 3.35. Hasil Kuesioner  
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Dari hasil dari kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa pilihan terbanyak jatuh kepada opsi 2 dengan perolehan 63,8% atau sebanyak 29 orang dari 47 orang audiens.