

BAB IV HASIL DAN IMPLEMENTASI DESAIN

4.1. Visual Karya

4.1.1. Katalog



Gambar 4.1. Media *Placement* Cover Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.2. Media *Placement* About us Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.3. Media Placement Kategori Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.4. Media Placement Isi Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.5. Media Placement Isi Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.6. Media Placement Isi Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.7. Media *Placement* Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan	: Art Carton 230grm
Ukuran	: 20 cm x 25 cm
Ilustrasi Desain	: Produk dan Desain
Tipografi	: Montserrat font
Format Desain	: Potrait
Proses Visualisasi	: - Adob Ilustration cc 2018 - Adobe Photoshop cc 2018 - Microsoft World 2010
Realisasi	: Digital Printing

2. Identifikasi Karya

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.

Bentuk katalog ini berbentuk persegi panjang (potrait), dikarenakan bentuk potrait lebih ergonomis, katalog ini pada halaman berisi penggabungan antara foto produk, deskripsi produk dan desain pada *background* yang dikemas dengan baik sesuai konsep penulis, sehingga media katalog ini mampu memberikan kemudahan bagi pembaca untuk mencari produk yang di inginkan dengan rasa tidak bosan. Untuk warna menggunakan warna soft dan mengambil warna dari karakteristik produk tersebut, yaitu warna coklat dan abu-abu, pemilihan huruf pada katalog ini yaitu font mouncherat.

3. Analisis Karya

Analisi SWOT

a. Aspek Kekuatan (*Strength*)

Katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni memiliki aspek kekuatan, yaitu penggabungan antara foto produk, deskripsi produk dan desain pada background yang dikemas dengan baik sesuai konsep penulis, sehingga media katalog ini mampu memberikan kemudahan bagi audience untuk mencari produk yang di inginkan dengan rasa tidak bosan. layout katalog ini lebih banyak menggunakan element foto produk yang disertai detail produk tersebut, namun juga ada element teks sebagai deskripsi produk untuk lebih mendukung dari pesan yang disampaikan.

Adanya prinsip layout, yaitu urutan atau arah gerak mata atau baca menggunakan sequence. Pada halaman-halaman di katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni ini memiliki penekanan atau pusat perhatian yang menonjolkan element foto produk sebagai point of interest, pada cover memiliki penekanan yang menonjolkan element foto produk yaitu kursi, dan disisipi logo dari CV. Mutiara Jepara Indofurni.

Dalam desain grafis ada dua, yaitu simetri dan asimetri, keseimbangan yang dicapai pada desain katalog ini ada dua, yaitu pada cover keseimbangan yang dicapai adalah simetri, namun pada isi halaman keseimbangan yang dicapai melalui asimetri, karena layout yang asimetri memiliki kelebihan secara keseluruhan penampilannya memberi kesan yang tidak kaku dan menarik. prinsip layout kesatuan yang dimiliki oleh katalog ini menunjukkan kesatuan pada semua element-elementnya, jenis huruf yang jelas dan mudah dibaca, warna yang mengandung unsur produk dan gaya desain yang menunjang pesan yang disampaikan.

b. Aspek Kelemahan (*Weakness*)

Aspek kelemahan dalam katalog ini adalah bahan yang kurang awet, dan biaya pencetakan yang cukup mahal, sehingga mencetak dengan jumlah banyak akan menghabiskan dana yang tinggi.

c. Aspek Peluang (*Opportunity*)

Aspek peluang dalam perancangan katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni menggunakan fotografi desain ini belum adanya perusahaan teak garden yang membuat katalog seperti ini.

d. Aspek Ancaman (*Threat*)

Aspek ancaman dalam katalog ini yaitu seiring perkembangan zaman, pasti ada penambahan produk-produk baru dan naik atau turunnya harga.

4.1.2. Booklet



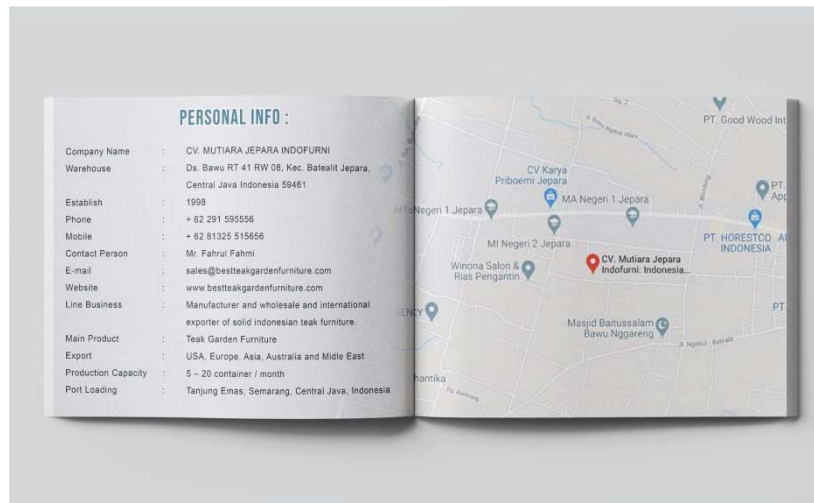
Gambar 4.8. Cover Booklet

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.9. Isi Booklet

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020



Gambar 4.10. Isi Booklet

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan : Kertas Art Paper 130

Ukuran : 19 cm x 15 cm

Ilustrasi : Menggambarkan profil dan produk CV. Mutiara Jepara Indofurni

Proses visualisasi : Adobe Illustrator CC 2018

Realisasi : Digital Printing

2. Identifikasi Karya

Booklet digunakan sebagai pemberian kepada konsumen yang telah berkunjung ke tempat both pameran atau berkunjung langsung ke perusahaan CV. Mutiara Jepara Indofurni. Booklet yang didalamnya terdapat profil perusahaan dan produk CV. Mutiara Jepara Indofurni.

3. Analisa Karya

Analisis SWOT

a. Aspek Kekuatan (Strength)

Aspek kekuatan yang dimiliki booklet ini ialah dengan menggunakan tema yang sesuai dengan style Cv. Mutiara

Jepara Indourni, memilih desain yang simpel, praktis dan menarik agar audien mengenal dan tertarik terhadap produk Cv. Mutiara Jepara Indofurni.

b. Aspek Kelemahan (Weakness)

Aspek Kelemahan pada booklet ini ialah bisa saja pesan yang disampaikan akan berbeda dan diubah,

c. Aspek Peluang (Opportunity)

Aspek peluang pada booklet ini ialah memudahkan perusahaan untuk promosi saat pameran.

d. Aspek Ancaman (Threat)

Aspek ancaman pada booklet ini ialah dengan menggunakan bahan kertas art paper yang tidak tahan air dan mudah rusak sewaktu-waktu.

4.1.3. Poster



Gambar 4.11. Poster

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

1. Spesifikasi Karya

Media Bahan : Kertas Art Paper 130

Ukuran : 32 cm x 42cm

Ilustrasi : Menggambarkan foto produk dan informasi

Proses Visualisasi: Adobe Photoshop CC 2018

Realisasi : Digital Printing

2. Identifikasi Karya

Poster merupakan media yang dapat menyampaikan informasi yang dapat dipasang ditempat umum. Media poster cenderung dapat menarik perhatian audiens untuk membacanya sebab poster tersebut menyajikan gambar dan keterangan tentang apa yang ingin disampaikan.

Poster dibuat dengan bentuk persegi panjang (potrait), karena lebih ergonomis. Poster didesain menggunakan konsep white space dengan memakai dominasi warna putih sesuai style white space. Poster berisi logo, foto produk dan informasi.

3. Analisis Karya

Analisis SWOT

a. Aspek Kekuatan (*Strenght*)

Aspek kekuatan yang di miliki poster ini ialah memiliki gaya yang menarik, warna yang mencolok untuk menarik perhatian para audiens, serta memiliki bentuk ilustrasi fotografi produk yang menambah nilai estekika pada poster tersebut

b. Aspek Kelemahan (*Weakness*)

Aspek kelemahan pada poster ini ialah pesan yang di sampaikan mempunyai durasi sesuai tanggal promosi yang di tentukan oleh perusahaan.

c. Aspek Peluang (*Opportunity*)

Aspek peluang pada poster ini ialah penyampaian pesan yang bisa di tempatkan di mana saja.

d. Aspek Ancaman (*Threat*)

Aspek ancaman pada poster ini ialah dengan menggunakan bahan kertas art paper yang tidak tahan air dan mudah rusak sewaktu-waktu.

4.1.4. Roll Up Banner



Gambar 4.12. Roll Up Banner
Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

1. Spesifikasi Karya

- Media Bahan : MMT Flexi China 230 grm
 Ukuran : 60x160cm
 Ilustrasi : Logo, Foto Produk dan Teks
 Proses Visualisasi: Adobe Illustrator CC 2018
 Realisasi : Digital Printing

2. Identifikasi Karya

Roll up banner adalah sebagai media promosi CV. Mutiara Jepara Indofurni. karena dapat menyampaikan informasi kepada audiens. Media ini diterapkan pada luar ruangan (outdoor) atau dalam ruangan (indoor) yang ditujukan pada target konsumen yang datang.

3. Analisis Karya

Analisis SWOT

a. Aspek Kekuatan (*Strenght*)

Aspek kekuatan yang di miliki roll up banner ini ialah memiliki gaya yang menarik, warna yang mencolok untuk

menarik perhatian para audiens, serta memiliki desain sederhana dan menonjolkan foto produk yang menambah nilai estetik pada roll up banner tersebut dan terdapat barcode yang akan terhubung ke situs web CV. Mutiara Jepara Indofurni.

b. Aspek Kelemahan (*Weakness*)

Aspek kelemahan pada roll up banner ini ialah penempatan yang hanya bisa diletakan di tempat sewaktu acara saja.

c. Aspek Peluang (*Opportunity*)

Aspek peluang pada roll up banner ini ialah lebih praktis saat penempatan dan lebih kokh dibandingkan x-banner.

d. Aspek Ancaman (*Threat*)

Aspek ancaman pada roll up banner ini ialah jika desain terlalu lama tidak di ganti, maka akan membosankan dan tertinggal.

