

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, perkembangan zaman maju dengan pesat, salah satunya adalah bidang industri. Seiring dengan pertumbuhan perekonomian di Indonesia, kebutuhan akan perabotan rumah tangga (*furniture*) juga meningkat. Salah satu perabotan rumah tangga (*furniture*) yang paling banyak diminati adalah produk Meja dan Kursi. Industri kerajinan, dalam hal ini industri *furniture*, industri yang erat kaitannya dengan kebutuhan pembangunan rumah, di mana pembangunan perumahan juga sedang gencar-gencarnya dilakukan oleh pemerintah maupun swasta untuk mengimbangi permintaan dan populasi penduduk. Di sisi lain tempat penjualan *furniture* ini masih menggunakan metode tradisional yang terbatas pada ruang dan waktu, sehingga perlu dilakukan penjualan yang lebih luas dan efisien, dengan memanfaatkan teknologi yang ada terutama teknologi informasi internet, mengingat perkembangan teknologi informasi di Indonesia yang terus berkembang.

CV. Mutiara Jepara Indofurni adalah salah satu perusahaan mebel di Jepara yang memproduksi barang spesialis *furniture outdoor (teak garden)*, CV. Mutiara Jepara Indofurni berdiri sejak 1998, CV. Mutiara Jepara Indofurni produsen dan pengeksport *furniture outdoor (teak garden)* di Indonesia. Ragam *furniture* yang gaya kami buat terdiri dari: set *furniture* teras, mebel teras jati, mebel taman set, dan banyak produk *furniture* lainnya. CV. Mutiara Jepara Indofurni menawarkan rangkaian eksklusif baik dari koleksi Modern dan Klasik dari *Furniture outdoor*, *Furniture outdoor* menggunakan hanya kayu jati solid berkualitas terbaik (100 % Kualitas Grade A).

CV. Mutiara Jepara Indofurni memiliki banyak produk *furniture* yang di jual, tentu saja produk unggulan dari CV. Mutiara Jepara Indofurni adalah *teak garden*. Dengan banyaknya produk yang di jual CV. Mutiara Jepara Indofurni, pemilik kurang memberikan edukasi tentang produk yang dijualnya. CV. Mutiara Jepara Indofurni pengenalan produk hanya menggunakan media sosial sehingga

customer yang datang secara langsung ke tempat produksi atau pameran tidak bisa melihat semua produk dari CV. Mutiara Jepara Indofurni. Pemilik dari CV. Mutiara Jepara Indofurni memiliki keinginan untuk memberikan pengetahuan tentang produknya. Namun semua itu belum terealisasi, sehingga penulis mengangkat masalah tersebut untuk dapat dipecahkan menjadi sebuah solusi. Penulis memiliki pemecahan masalah dengan membuat perancangan katalog produk dengan menggunakan fotografi desain yang di dalamnya mengenalkan produk tersebut. Jadi, customer mampu mengenali tentang produk yang dijual. Dalam pengenalan produk CV. Mutiara jepara indofurni maka penulis merangkum semua yang terdapat didalam media pengenalan produk CV. Mutiara jepara indofurni menjadi media promosi dalam bentuk katalog produk.

Fotografi desain adalah suatu perancangan ide-ide, gagasan, yang dirumuskan dalam suatu konsep pemikiran untuk perwujudan karya artistik dan estetik, yang menekankan pada aspek komunikasi secara visual yang diwujudkan lewat media fotografi. Bidang fotografi sangat erat berkaitan dengan dunia periklanan seperti halnya semua media cetak elektronik, membutuhkan sebuah foto untuk proses komunikasi dan sebagai daya tarik visual yang mampu menggambarkan keadaan suatu produk dan, atau jasa.

Katalog berasal dari bahasa Indonesia berasal dari kata Catalog dalam bahasa Belanda, serta *Catalogue* dari bahasa Inggris. Istilah katalog itu sendiri berasal dari frase ‘Yunani Katalogos. Kata bermakna sarana atau menurut, sedangkan logos memiliki ‘berbagai arti seperti kata, susunan, alasan dan nalar. Jadi katalog dari segi kata bermakna sebuah karya dengan isinya disusun menurut cara yang masuk akal. Dalam perancangan desain katalog tersebut, penulis menggunakan data dari pihak perusahaan untuk mencari profil lengkap tentang perusahaan. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, dilanjutkan dengan proses desain yang terdiri dari beberapa proses yaitu konsep, brain storming, sketsa, digital, sampai finishing. Dari proses tersebut menghasilkan suatu desain yang sesuai dengan CV. Mutiara Jepara Indofurni. dengan perencanaan yang baik dari segi warna, font penulisan, layout, size.

Maka dari itu penulis menjadikan peluang untuk mengambil masalah yang sedang dialami oleh owner dari CV. Mutiara jepara indofurni itu sendiri dengan mengangkatnya sebagai bahan perancangan dengan judul penelitian Perancangan katalog CV. Mutiara jepara indofurni menggunakan fotografi design.

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan situasi dan masalah yang ada pada CV. Mutiara Jepara Indofurni penulis memfokuskan masalah pada media promosi offline yaitu katalog, karena *customer* yang datang ke tempat produksi atau saat pameran tidak bisa melihat semua koleksi produk dari CV. Mutiara Jepara Indofurni. Maka dibutuhkan perancang buku katalog untuk menarik dan memudahkan *customer* pada saat memilih produk yang akan di pesan karena CV. Mutiara Jepara Indofurni memiliki beragam jenis produk. mulai dari model, desain dan fungsi yang berbeda-beda. Maka Penulis ingin memberikan hal yang berbeda dalam media promosi berupa katalog dengan menggunakan fotografi desain agar terlihat lebih menarik, serta media pendukung seperti Poster, Booklet dan Roll up Banner untuk CV. Mutiara Jepara Indofurni.

1.3. Perumusan Masalah

1. Bagaimana merancang katalog produk CV. Mutiara Jepara Indofurni menggunakan fotografi desain?
2. Bagaimana merancang media pendukung, yang memberi informasi *customer* CV. Mutiara Jepara Indofurni?

1.4. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan
 - a. Menciptakan katalog produk CV. Mutiara Jepara Indofurni menggunakan fotografi desain.
 - b. Memberikan informasi kepada customer tentang CV. Mutiara Jepara Indofurni dengan berbagai media pendukung.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoretis

Diharapkan mampu mempermudah informasi produk, juga sebagai bahan referensi yang berkaitan dengan produk *furniture* melalui media cetak.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi CV. Mutiara Jepara Indofurni

Diharapkan agar CV. Mutiara Jepara Indofurni bisa mendapatkan hasil rancangan buku katalog yang dapat diaplikasikan secara langsung pada perusahaannya, sehingga mempermudah dan menambah daya tarik konsumen terhadap produk CV. Mutiara Jepara Indofurni.

2) Bagi konsumen

Diharapkan informasi yang disampaikan untuk konsumen mampu mempermudah memilih produk yang akan di beli, dan menambah wawasan tentang produk *furniture* yang di pasarkan CV. Mutiara Jepara Indofurni.

1.5. Telaah Pustaka

Didalam melakukan pembuatan tugas akhir ini penulis memerlukan adanya referensi atau acuan dengan telaah pustaka untuk penulisan guna penyempurnaan pada hasil pembuatan proposal tugas akhir.

Dewi Immaniar Desrianti, Tugas Akhir Perancangan Media Katalog Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada CV. Zero Store, Mahasiswa Prodi Teknik Informatika Tahun 2014, Universitas STMIK Raharja. Tujuan dari Penelitian ini adalah dapat menciptakan media katalog yang menarik mengenai profil dan aktifitas perusahaan, sebagai media informasi yang lebih efektif tentang perusahaan, sebagai media promosi agar mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen dan perusahaan yang ingin bekerja sama dengan CV.Zero Store dan sebagai penunjang promosi dan informasi yang sesuai dengan image CV.Zero Store. Dalam mengembangkan usahanya saat ini CV.Zero Store sangat

membutuhkan media informasi dan promosi yang mampu mengemas seluruh fasilitas yang dimiliki perusahaan dalam menjalani relasi atau kerja sama baik dengan klien perseorangan, klien perusahaan, instansi ataupun lembaga terkait. Dari hasil analisa kebutuhan yang dilakukan penulis terhadap CV. Zero Store perusahaan tersebut membutuhkan katalog dalam bentuk booklet untuk memperkenalkan seluruh kapasitas perusahaan dan diharapkan melalui perancangan katalog ini dapat meningkatkan omset perusahaan. Dengan adanya profil perusahaan dalam bentuk katalog yang isinya profil perusahaan dan informasi produk perusahaan diharapkan dapat meningkatkan suatu image atau citra perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya dan dapat dijadikan sebuah aset perusahaan dalam memperkenalkan kapasitas dan kualitas perusahaan kepada para pelaku bisnis yang ingin bekerja sama. Profil perusahaan yang dibuat dengan rancangan desain yang sportif dan casual sesuai dengan image atau citra perusahaan.

Kukuh Nur Setyonugroho. 2018. Jurnal e-proceeding of Art & Desain. Perancangan Buku Fotografi Wisata Alam Kabupaten Malang. Universitas Telkom Bandung. Volume 5, Nomer.3 Tahun 2018. Wisata merupakan perjalanan yang dilakukan untuk melihat keindahan daerah lain, bersenang-senang, dan menambah wawasan. Kabupaten Malang merupakan salah satu Kawasan Malang Raya yang dikenal dengan tujuan daerah wisata. Kabupaten Malang memiliki kurang lebih 69 destinasi wisata yang dapat dikunjungi wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Malang masih mendominasi di Pantai Balekambang. Padahal masih banyak destinasi wisata alam lainnya yang bisa menjadi tujuan wisata. Kurangnya informasi tentang wisata alam yang ada di Kabupaten Malang menjadi penyebab belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang hal itu. Penulis telah melakukan pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara, dan studi pustaka, dari data yang terkumpul jadi penulis membuat media informasi berupa buku fotografi yang menampilkan keindahan dan memberikan informasi tentang wisata alam di Kabupaten Malang.

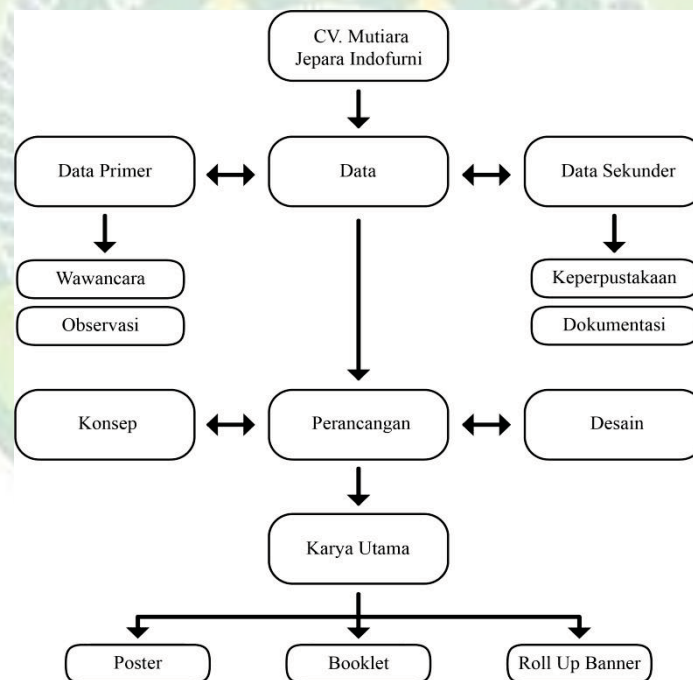
Claudia Aprilia Saputro. 2017. Jurnal Dkv Adiwarna. Perancangan Buku Fotografi Bram MoelyowidodoKlaten. Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 1, No.14, Tahun 2019. Batik kontemporer memiliki motif atau pola perpaduan yang bebas seperti binatang, buah, rangkaian bunga tumbuhan atau abstrak. Batik kontemporer menggunakan warna bebas tidak terikat pada pakem seperti, biru, merah, ungu dan sebagainya. Sehingga ada kesempatan yang baik untuk memperkenalkan tentang keunikan batik Bram Moelyowidodo. Dari sini ingin merilis buku batik yang lebih menjurus kesatu tokoh pembuat batik dengan khas dan keunikan yang dimiliki oleh tokoh pembuatan batik tersebut. Fotografi digunakan karena adanya visualisasi *universal*, sehingga sasaran perancangan dapat lebih mudah mengerti informasi yang disampaikan.

Putra Uji Deva Satrio, Universitas Negeri Malang Fakultas Sastra, Program Studi Desain Komunikasi Visual November 2011. Perancangan media katalog wisata kota Surabaya sebagai media informasi massa ini menggunakan model perancangan prosedural atau model perancangan yang bersifat deskriptif. Perancangan ini menggariskan langkah- langkah yang harus diikuti untuk menghasilkan suatu produk yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi perancangan, sintesis, konsep perancangan, perancangan konsep, perancangan data, dan produk perancangan sertayang terakhir berupa keputusan desain final. Metode perancangannya mengikuti perancangan City Profile milik Surianto Rustan, Perancangan katalog wisata Kota Surabaya dikemas dalam media yang lebih komunikatif dengan mengedepankan banyaknya visualisasi dan diharap banyak memberikan manfaat dan pengetahuan bagi masyarakat dan juga para wisatawan sebagai media Informasi dalam memperkenalkan dan menginformasikan segala hal tentang Wisata Kota yang ada di Surabaya. Sehingga kesenjangan yang muncul yaitu banyaknya masyarakat yang hanya cenderung berkunjung ke satu tempat wisata belanja yang ada di Kota Surabaya bisa sedikit dikurangi dan Harapannya membuat masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Kota Surabaya dapat menikmati segala macam wisata yang ditawarkan Kota Pahlawan ini dengan nyaman dengan segala kemudahan yang diberikan oleh katalog wisata.

Dari telaah pustaka diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa untuk melakukan pembuatan media pengenalan produk dari CV. Mutiara Jepara Indofurni diperlukan proses pengelolaan data produk. terkumpulnya data produk yang sudah ada akan diolah menjadi sebuah media pengenalan produk yang berisi informasi produk yang akan disampaikan kepada *customer* CV. Mutiara Jepara Indofurni.

1.6. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir dalam perancangan katalog CV. Mutiara Jepara Indofurni adalah dengan melakukan perancangan dan menganalisis objek dari data tersebut di jadikan sebagai kunci dalam proses perancangan yang dapat melahirkan konsep dan pemikiran penulis. Dari konsep yang dihasilkan, maka dapat dilakukan perancangan dengan menciptakan sebuah katalog baru CV. Mutiara Jepara Indofurni



Gambar 1.1. Kerangka Pikir

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Dari bagan di atas merupakan kerangka pikir atau dasar pemikiran dalam pembuatan media pengenalan produk CV. Mutiara Jepara indofurni. Pertama

dalam bagan kerangka pikir ini adalah menentukan obyek yaitu CV. Mutiara Jepara Indofurni, penentuan obyek ini adalah dengan mencari data, berupa data primer dan data sekunder, sehabis itu data tersebut diolah dan dianalisis kembali terlebih dahulu sebelum tahap konsep, maka ditentukan perancangan ide atau gagasan.

Dari situlah muncul sebuah konsep kemudian dilakukan proses perancangan dan menghasilkan karya baru, setelah itu akan tercipta bentuk buku katalog dan ada juga media pendukung yang beberapa karya yaitu Poster, Booklet dan Roll up Banner.

1.7. Metodologi Perancangan

Pengumpulan data merupakan bagian paling penting dalam proses penelitian, karena dari situlah penulis akan mendapatkan data. Pengumpulan data dapat di bagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data yang dibutuhkan sebagai berikut:

1. Metode Pengumpulan Data

No	Jenis Data	Metode Pengumpulan Data	Sumber
1	Data Primer :		
	a. Profil CV. Mutiara Jepara Indofurni	Wawancara	Bapak Fahmi selaku pemilik perusahaan CV. Mutiara Jepara Indofurni.
	b. Peninjauan CV. Mutiara Jepara Indofurni	Observasi	CV. Mutiara Jepara Indofurni.
	c. Produk CV. Mutiara Jepara Indofurni.	Wawancara	Bapak Fahmi selaku pemilik perusahaan CV. Mutiara Jepara Indofurni.
.2	Data Sekunder :		
	a. Jurnal	Keperustakaan	Web Scholar
	b. Foto CV. Mutiara Jepara Indofurni	Dokumentasi	Perusahaan

Table 1.1. Pemilihan Media

Sumber: Muhammad Rifqi, 2020

Dari data matrik penulis dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penulisan, yaitu terdapat permasalahan dalam media promosi offline yang menerangkan tentang profil dan produk yang dijual. Melalui data metrik diatas penulis juga dapat memberikan pemecahan masalah berupa katalog Cv. Mutiara Jepara Indofurni.

2. Metode Desain

Metode desain adalah pendekatan terstruktur yang menggunakan prosedur, untuk mendukung dan memfasilitasi proses perancangan.

Metodologi desain terdiri dari beberapa fase berisi langkah-langkah yang membantu proses perancangan, menentukan teknik yang cocok untuk digunakan pada setiap langkah, serta membantu merancang untuk merencanakan, mengelola, mengontrol, dan mengevaluasi perancangan desain. Metodologi desain memunculkan banyak metode baru di bidang desain.

Metode desain dapat diistilahkan tiga cara berfikir yaitu dengan Metode Kotak Kaca (*Glass Boxes*), Metode Kotak Hitam (*Black Boxes*), dan Metode Pengorganisasian diri (*Self Organizing System*). Metode desain yang digunakan dalam perancangan bentuk typeface baru menggunakan metode kotak kaca atau yang biasa disebut *glass box method* yaitu metode berpikir rasional yang secara obyektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional atau irasional, misalnya sentimen dan selera.

Ciri dari metode kotak kaca yaitu antara lain:

- 1) “Sasaran serta strategi desain telah ditetapkan secara pasti dan jelas sebelum telaah (analisis) dilaksanakan.“
- 2) “Telaah desain dilaksanakan secara tuntas sebelum solusi atau keputusan yang diinginkan ditetapkan.“
- 3) “Sebagian besar evaluasi bersifat deskriptif dan dapat dijelaskan secara logis.“

- 4) “Strategi perancangan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses analisis, biasanya dalam susunan sekuensial, walau adakalanya dalam bentuk proses parallel, meliputi komponen atau bagian persoalan yang dapat dipilah“ (Lubis Sarwono,2007).

Metode ini memudahkan penulis untuk melakukan proses perancangan media promosi yang akan dilakukan. Metode Kotak Kaca ini digunakan karena terdapat beberapa ciri utama seperti, sasaran serta strategi desain yang telah ditetapkan secara pasti dan jelas sebelum telaah dilakukan, telaah desain dilaksanakan secara tuntas sebelum solusi atau keputusan yang diinginkan ditetapkan dan penggunaan strategi perancangan yang ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses analisis.

Dalam metode glass box, terdapat 4 tahapan yaitu:

- a. Tahapan Persiapan : merupakan tahap paling awal untuk menyiapkan perangkat dan segala kebutuhan untuk proses desain.
- b. Tahap Inkubasi : Tahapan mempersiapkan diri untuk menjadi sangat segar, tenang, dan peka untuk mengolah segala macam pengetahuan dalam alam bawah sadar sehingga memungkinkan untuk melahirkan ide-ide.
- c. Tahap Luminasi : Tahap dimana ide diharapkan bisa lahir sebagai efek dari pelaksanaan tahap persiapan dan tahap inkubasi yang sangat tertib. Tahap iluminasi berujung pada sketsa ide.
- d. Tahap Verifikasi : Tahapan dimana semua proses desain mengalami proses pengembangan ide dan finishing serta semua proses ditinjau ulang kembali dengan metode evaluasi.

3. Teknik Analisa Data

Pada setiap proses perancangan yang akan dibuat pasti membutuhkan suatu acuan gagasan atau analisis untuk menilai ulang

sebuah keputusan dengan tujuan meminimalisir resiko yang mungkin muncul. Pada proses media audiovisual ini akan menggunakan analisis SWOT sebagai acuan gagasan.

SWOT adalah singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Seperti namanya analisis SWOT memiliki tujuan untuk membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Dalam analisis SWOT kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan. Analisis SWOT dapat digunakan untuk menilai serta menilai kembali suatu hal yang telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimalisir resiko yang mungkin ada. Langkah yang dilakukan adalah mengoptimalkan sisi positif yang mendukung serta meminimalisir sisi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan (Lubis, 2007).

Metode analisis SWOT dapat menjadi metode yang tepat untuk menemukan masalah dari empat sisi yang berbeda, dimana penerapannya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kekuatan (*strenghts*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang yang (*opportunities*) ada.
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan.
3. Bagaimana kekuatan (*strenghts*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Dengan saling berhubungannya empat faktor tersebut, maka memberikan kemudahan kepada penulis untuk membuat analisis dalam pembuatan katalog media cetak dengan fotografi desain.