

## BAB III

### KONSEP DAN PROSES PERANCANGAN

#### III.1. Pengumpulan data

Dalam perancangan karya ini, penulis melakukan pengumpulan data sebagai berikut :

##### III.1.1 Data Primer

###### 1. Observasi

Dalam pengumpulan data, penulis melakukan observasi langsung ke lokasi YV Decorstion yang beralamatkan di Jl. Setia Karya, Medan Sunggal.

###### 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan narasumber yaitu Harvia sebagai pemilik usaha, dalam melakukan wawancara penulis mengajukan 4 (empat) pertanyaan terkait dengan usaha yang digeluti saat ini. Berikut

Tabel III.1 Tabel Wawancara  
(Sumber : Muhammad Fauji, 2020)

pertanyaan dan jawaban dari waawancara tersebut

	Pertanyaan	Jawaban
1.	Kapan usaha ini didirikan ?	Usaha ini didirikan pada tahun 2017
2.	Untuk saat ini, apa-apa sajakah jasa yang ditawarkan oleh YV Decoration ?	Untuk saat ini, YV Decoration mewarkan jasa dekorasi acara seperti, pernikahan, ulang tahun, pertunangan, bridal shower, syukuran dan hiasan hantaran.

--	--	--

3.	Bagaimana cara YV Decoration dalam mempromosikan usaha ?	Dalam kegiatan promosi YV decoration hanya menggunakan sosial media seperti Instagram dan Whatsapp.
4.	Apa kelebihan dan kekurangan YV Decoration dari penyedia jasa dekorasi lainnya ?	untuk kelebihan YV Decoration yaitu, harga yang dapat disesuaikan, desain dekoarasi acara yang modern dan simple, dan aksesoris hiasan dekorasi unik-unik. Untuk kekurangan masih belum banyak masyarakat yang tahu tentang YV Decoration.

Dalam melakukan sesi wawancara penulis menarik beberapa *point-point* yang diantaranya adalah acara-acara apa saja yang sudah YV Decoration tangani, dan media-media apa saja yang digunakan YV Decoration untuk melakukan kegiatan promosi, dan kelebihan kekurangan dari usaha YV Decoration.

### III.1.2 Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai data pendukung data primer, data sekunder dapat bersumber dari artikel, buku, jurnal penelitian maupun data-data yang berhubungan dengan objek penelitian.

## 1. Studi Literatur

Studi literatur menjelaskan *company profile* melalui media *website* tentang kelebihan mempromosikan usaha melalui *website* yang dinilai



Gambar III.1 Perancangan *Company Profile* Café Rumah Bako Melalui Media *Website*  
(Sumber : Desfadlianto, Drs. Syafwan, M.Si, Riri Trinanda S.Pd, M.Sn September 2015)

jangkauannya lebih luas dan mudah diakses.

### III.2 Analisa Data

Analisis data merupakan tahap dimana pengolahan data yang sudah dicari dan sudah dikumpulkan kemudian dijelaskan dan disimpulkan menjadi sebuah *point-point* untuk mendapatkan solusi. Dalam menganalisis data penulis membuat Analisa dengan pendekatan SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Thraets*)

Tabel III.2 Tabel SWOT  
(Sumber : Muhammad Fauji, 2020)

	<p><b>Oppoturnities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Semakin banyaknya perayaan acara yang berkembang di masyarakat</li> <li>2. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui desain dekorasi dari YV Decoration</li> </ol>	<p><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha kompetitor yang lebih besar dan lebih dikenal dan lokasi lebih strategis</li> </ol>
<p><b>Strengths</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mulai meningkatnya pesanan dekorasi acara di luar wilayah jangkauan gratis jasa transportasi.</li> <li>2. Memaksimalkan dan berinovasi dalam menciptakan desain dekorasi dan <i>tools</i> dekorasi yang lebih <i>fresh</i>.</li> </ol>	<p><b>S-O Strategi</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merancang media promosi untuk mengenalkan YV Decoration lebih ke masyarakat khususnya kota Medan.</li> </ol>	<p><b>S-T Strategi</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengenalkan dan memberi informasi tetntang jasa usaha dekorasi YV Decoration khususnya bagi calon <i>customer</i></li> </ol>

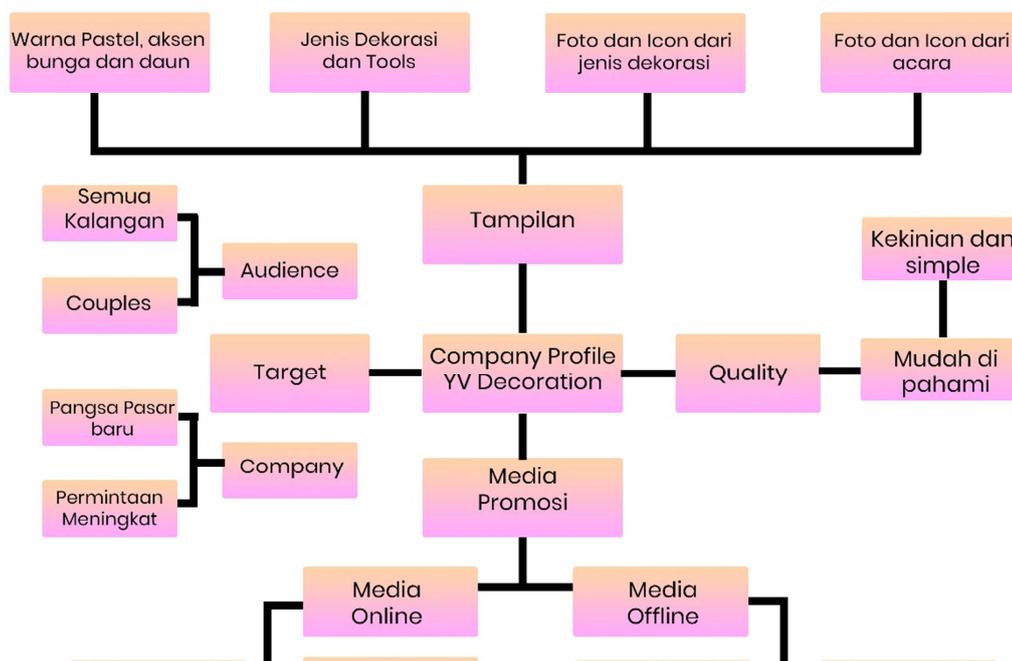
Weakness	W-O Strategi	W-T Strategi
1. Kurangnya media promosi yang hanya menggunakan <i>social media</i> seperti <i>Whatsapp</i> , <i>Instagram</i> , dan media <i>offline</i> seperti kartu nama.	1. Membuat media promosi yang lebih mudah di jangkau dan lebih menarik seperti <i>company profile</i> berbasis <i>website</i> , dan katalog sebagai media promosi <i>offline</i>	1. Menambah pangsa pasar yang lebih luas. 2. Mempermudah <i>owner</i> untuk menawarkan produk atau jasa kepada calon <i>customer</i>

### III.3. Ide Kreatif

Penulis menguraikan ide-ide kreatif dengan menentukan metode berfikir, tema, target *audience*, dan strategi kreatif.

#### III.3.1. Metode berfikir

Sebagai Langkah awal, penulis menggunakan metode berfikir dengan membuat *mind mapping* perancangan *company profile* berbasis *website* sebagai berikut :



Gambar III.2 *Mind Mapping Company Profile* Berbasis *Website* Sebagai Media Promosi YV Decoration

(Sumber : Muhammad Fauji, 2020)

### III.3.2 Tema

Tema perancangan *company profile* berbasis *website* sebagai media promosi, penulis menentukan tema yaitu tema feminim dengan menggunakan warna-warna yang kalem seperti warna *peach*, warna *pastel* dan warna *netral*, selain itu penulis menambahkan foto dan ikon-ikon terkait sebagai *background* dari laman *website*.

### III.3.3 Target Pengguna

Adapun target pengguna ialah demografis, psikografis, geografis antara lain sebagai berikut:

1. Demografis

Laki-laki dan perempuan, pasangan suami istri, calon pengantin atau pun keluarga.

2. Psikografis

Seluruh lapisan masyarakat yang ingin mengadakan acara-acara

3. Geografis

*Company Profile* ini di targetkan khususnya kota Medan, dan daerah Sunggal

### III.3.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan rangkaian kegiatan untuk merumuskan

bentuk penyampaian pesan, hal ini dilakukan sebelum masuk ke tahap pengerjaan *visual*. Adapun penulis bagian dari strategi kreatif sebagai berikut :

#### 1. *What To Say*

Pesan yang ingin disampaikan kepada target *audience* atau calon *customer* adalah YV Decoration merupakan usaha jasa dekorasi yang memiliki keunggulan desain dekorasi yang menarik dan berinovasi serta harga yang dapat disesuaikan.

#### 2. *How To Say*

Pesan ini disampaikan dengan cara memperkenalkan YV Decoration dengan menggunakan media yang mudah di akses oleh semua kalangan, dengan tampilan *simple* dan menarik dan menampilkan pelayanan-pelayanan jasa dekorasi dari YV Decoration.

### **III.4 Konsep Media**

Konsep media merupakan pembagain dari media yang akan digunakan seperti media utama dan media pendukung. Berikut adalah media utama dan media pendukung yang digunakan dalam Perancangan *Company Profile* Sebagai Media Promosi YV Decoration :

#### **III.4.1 Media Utama**

Media utama dari *company profile* sebagai media promsoi YV Decoration ini adalah *Website* yang dapat diakses menggunakan *desktop* ataupun *mobile*. Ada beberapa keunggulan dari *website* yaitu :

1. Mudah diakses kapanpun, siapapun, dan dimanapun dengan berbagai *platform*.
2. Biaya perawatan *relative* lebih murah
3. Mudah menjangkau pasar yang luas
4. Meningkatkan permintaan *customer* tanpa mengeluarkan biaya promosi yang berlebihan.
5. Sistem dan konten yang lebih mudah *di-update* dan diperbarui.

### III.4.2 Media Pendukung

Media pendukung diciptakan dengan tujuan untuk mendukung penyebaran informasi dari media utama. Beberapa media pendukung yang dibuat sebagai berikut :

1. Katalog

Sebuah katalog berukuran A5 yang berisikan pelayanan-pelayanan jasa dekorasi acara yang tersedia di YV Decoration dan sebagai media promosi *offline*.

2. Kaos

Kaos sebagai media pendukung yang akan nantinya digunakan oleh *owner* atau karyawan YV Decoration saat pemasangan dekorasi.

3. *Stand Banner* atau *X-Banner* (60 cm x 160 cm)

Sebuah *stand banner* digunakan sebagai media pendukung digunakan untuk menarik perhatian calon *customer*.

4. Kartu Nama

Kartu nama digunakan sebagai media pendukung untuk pemberian informasi yang praktis.

#### 5. Gantungan Kunci

Gantungan kunci digunakan sebagai *souvenir* bagi customer yang telah menggunakan jasa dekorasi acara YV Decoration dengan syarat dan ketentuan.

#### 6. *Papper Bag*

*Papper bag* nantinya digunakan sebagai wadah *souvenir* atau hadiah bagi customer yang telah menggunakan jasa dekorasi YV Decoration.

#### 7. *Mug*

*Mug* nantinya digunakan sebagai *souvenir* atau hadiah bagi yang menggunakan jasa dekorasi acara YV Decoration dengan syarat dan ketentuan.

### **III.5 Visualisai**

Visualisasi merupakan sebuah tahap untuk mengembangkan elemen elemen visual yang telah dianalisis dari data Perancangan *Company Profile* Berbasis *Website* Sebagai Media Promosi YV Decoration Medan. Dan terdiri beberapa tahap yaitu:

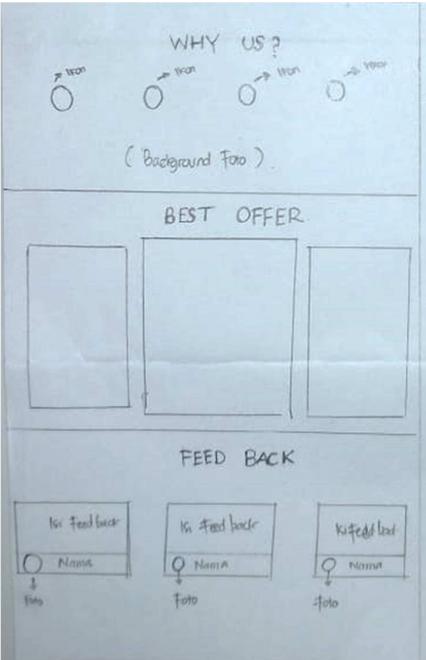
#### **III.5.1 Pengembangan Elemen Visual**

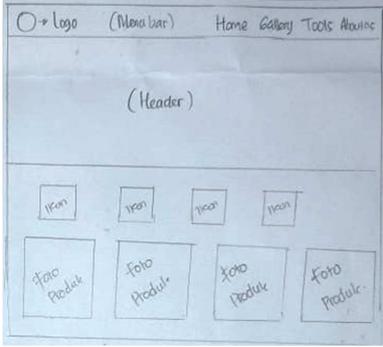
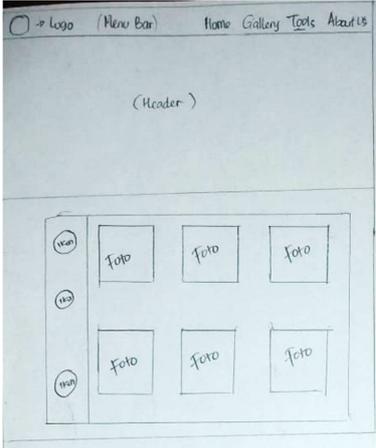
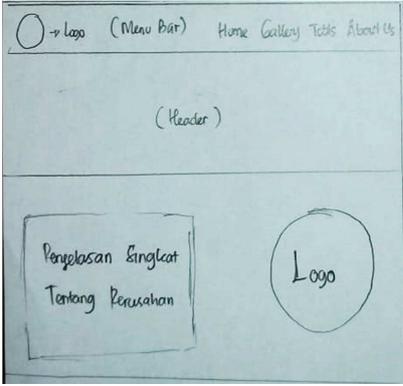
Dalam pengembangan elemen visual penulis membuat sketsa *layout* atau

sketsa tampilan dari perancangan *company profile* berbasis *website*. Berikut sketsa beserta penjelasan :

Tabel III.3 Sketsa dari Perancangan *Company Profile* Berbasis *Website* Sebagai Media Promosi YV Decoration  
(Sumber : Muhammad Fauji, 2020)

No.	Sketsa	Keterangan
1.		<p><b>Home (Beranda)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dihalaman home terdapat menu bar yang berisi logo YV Decoration dan terdapat sub-menu yaitu <i>Home</i>, <i>Gallery</i>, <i>Tools</i>, dan <i>About us</i>, untuk desain <i>header</i> menggunakan foto sebagai <i>background</i>-nya dan terdapat tulisan “<i>Welcome</i>” menggunakan <i>font Script</i>.</li> <li>• Dan selanjutnya jika <i>scroll</i> ke bawah terdapat bagian “<i>Our Services</i>” yang terdapat ikon-ikon yang melambangkan kategori dari jasa dekorasi dan terdapat beberapa foto dari kategori tersebut. Jika mengklik “<i>See More</i>” maka</li> </ul>

		<p>akan dituju ke laman <i>Gallery</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selanjutnya ada bagian dari beranda yaitu “<i>Why Us?</i>” yaitu dimana penulis membuat keunggulan dari YV Decoration dengan desain memberi ikon dari setiap keunggulan dan menjadikan foto sebagai <i>background</i>-nya.</li> <li>• Selanjutnya ada bagian “<i>Best Offer</i>” atau penawaran terbaik, yang mana isinya ialah penawaran-penawaran terbaik yang nantinya akan di-<i>update</i> setiap bulannya atau setiap minggu</li> <li>• Selanjutnya ada bagian “<i>Feed Back</i>” dimana isinya tentang <i>review</i> dari <i>customer</i> yang sudah menggunakan jasa YV Decoartion dengan desain <i>box</i> yang terdapat nama dan foto.</li> </ul>
--	------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.		<p><b>Gallery</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Laman <i>gallery</i> berisi tentang foto-foto dari pelayanan jasa dekorasi YV Decoration per kategori dan diantaranya ialah, Pernikahan, Pertunangan, Ulang Tahun, dan acara lainnya. Untuk desainnya penulis menggunakan <i>header</i> yang <i>berbackground</i> foto</li> </ul>
3.		<p><b>Tools</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pada laman <i>tools</i> menampilkan foto-foto <i>tools</i> yang di gunakan pada dekorasi. Pada laman ini menampilkan menu <i>bar</i> , <i>header</i> dengan <i>background</i> foto, dan ada kota-kotak berisi ikon dari kategori <i>tools</i>.</li> </ul>
4.		<p><b>About Us</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Laman ini berisi tentang perusahaan, , kontak-kontak perusahaan. Untuk tampilannya terdapat <i>header</i> dengan <i>background</i> foto, dan bagian selanjutnya terdapat penjelasa singkat dan logo.</li> </ul>

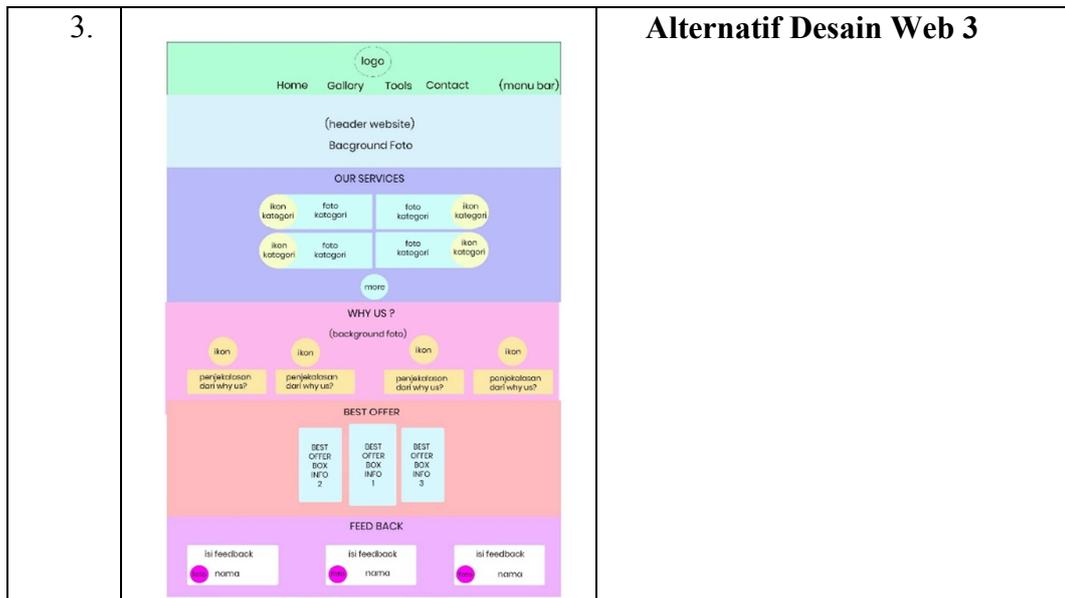
### III.5.2 Desain Alternatif

Pada tahap ini penulis membagi desain menjadi beberapa desain alternatif dalam Perancangan Company Profile Berbasis Website Sebagai Media

Tabel III.4 Desain Alternatif Perancangan Company Profile Berbasis Website Sebagai Media Promosi YV Decoration Medan  
(Sumber : Muhammad Fauji, 2020)

Promosi YV Decoration Medan sebagai berikut:

No.	Desain	Keterangan
1.		<p><b>Alternatif Desain Web 1</b></p>
2.		<p><b>Alternatif Desain Web 2</b></p>



### III.5.3 Pemilihan Warna

Pemilihan warna dalam merancang website, penulis memilih warna - warna pastel dan sesuai dengan tema dari perancangan website penulis, berikut warna- warna yang digunakan penulis untuk merancang company profile berbasis website.



Gambar III.3 Pemilihan warna dalam Perancangan *Company Profile* Berbasis *Website* Sebagai Media Promosi YV Decoration  
(Sumber : Muhammad Fauji, 2020)

### III.5.4 Pemilihan Font

Setelah pemilihan warna dalam perancangan company profile berbasis website penulis selanjutnya menentukan font. Penulis memilih jenis font Sans-serif yang mana memiliki desain modern dan mudah dimengerti, font tersebut ialah Poppins.



Gambar III.4 Pemilihan font Poppins dalam Perancangan *Company Profile* Berbasis *Website* Sebagai Media Promosi YV Decoration  
(Sumber : Muhammad Fauji, 2020)