



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

BRICK Interior Design merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan jasa desain interior, *furniture*, eksterior, dan jasa pembuatan *furniture*. Usaha yang didirikan oleh Soegito Hutani tersebut telah berdiri selama lebih dari 10 tahun, dan memiliki beberapa klien yang besar seperti Bank Dinar, Wong Coco, U Residence, dan lainnya. Produk-produk dan hasil yang dihasilkan oleh *BRICK* Interior Design memiliki kualitas dan estetika yang sangat baik, dengan harga yang sesuai.

Penulis telah melakukan observasi dengan menggunakan sendiri produk dari *BRICK* Interior Design dan juga telah melakukan *survey* terhadap masyarakat yang pernah menggunakan *BRICK* Interior Design, dan didapatkan hasil bahwa 86,67% masyarakat yang telah menggunakan jasa tersebut menyatakan bahwa *BRICK* Interior Design menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang sangat baik. *Survey* tersebut dilakukan pada tanggal tiga sampai enam Januari 2014. Dari hasil pengamatan pribadi penulis, produk dari jasa *BRICK* Interior Design ini telah bertahan selama lebih dari 10 tahun, dikarenakan penggunaan bahan kayu yang kuat dan kokoh, dan diproduksi dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pemilik dari jasa *BRICK* Interior Design, jasa *BRICK* Interior Design menyatakan dalam wawancaranya

bahwa mereka telah mampu bertahan selama kurang lebih 10 tahun dengan promosi mulut ke mulut saja. Soegito Hutani kemudian memutuskan untuk melakukan pencitraan ulang terhadap *BRICK* Interior Design, yang sebelumnya bernama Miranda Interior Design. Tujuan yang ingin dicapai oleh Soegito Hutani adalah untuk menaikkan kelas dan klien perusahaannya. Maka diperlukan *website* yang sesuai dengan citra baru dan agar dapat memperluas pasar *BRICK* Interior Design, juga pendukungnya seperti e-catalog dan lainnya yang dapat diunduh langsung dari *website* tersebut.

Hal lain yang menjadi kekurangan dari *BRICK* Interior Design adalah bahwa mereka belum mempunyai media untuk menunjukkan berbagai hasil produk dan portfolio yang mereka buat. Berbagai portfolio yang mereka miliki belum terdokumentasikan dengan baik. Maka diperlukan sarana untuk menampungnya. Pasar *BRICK* Interior Design melingkupi wilayah Tangerang, Jakarta, hingga ke daerah Surabaya, Solo, Manado, Bali, Makassar, Papua sampai ke Singapura, dan berencana untuk mengembangkan jangkauan pasarnya, hingga ke tingkat internasional. Oleh karena itu, brosur dan media promosi *below the line* lainnya tidaklah cukup.

Galeri produk atau portfolio dapat dimaksimalkan dengan penggunaan *website* dan katalog produk. Dengan *website* yang sesuai, jasa *BRICK* Interior Design akan terlihat lebih profesional dan hal tersebut akan membantu meyakinkan klien untuk mencoba menggunakan jasa dari *BRICK* Interior Design, karena di dalam *website* tersebut akan ditampilkan karya-karya dari *BRICK* Interior Design, juga dalam jaman modern ini masyarakat lebih familiar dengan

penggunaan akses internet. Galeri portfolio berguna untuk meningkatkan *value* dimata konsumen.

Seperti yang dijelaskan dalam buku yang berjudul *Designing a Digital Portfolio* oleh Baron, Cynthia (2010, hlm.78), menyimpulkan bahwa *personal website* menciptakan sebuah jalan untuk menampilkan proses kreatif, termasuk galeri dan hasil portfolio, yang dapat menonjolkan segala kelebihan yang dimiliki oleh usaha tersebut, tanpa adanya saingan. Karena yang ditampilkan hanyalah karya-karya pribadi. Setiap usaha bebas mengekspresikan dirinya dan menampilkan hasil karyanya sesuai dengan gaya mereka dalam *personal website*.

Oetomo, Budi Sutedjo (2003, hlm. 17), dalam bukunya yang berjudul *I-crm Membina Relasi dengan Pelanggan.Com* juga menyebutkan bahwa sebuah perusahaan dapat memperluas jangkauan pasarnya dengan menggunakan sarana Internet. Dengan Internet, perluasan jangkauan pasar akan sangat mudah dilakukan ke berbagai tempat, bahkan hingga ke negara lain, sampai ke tingkat internasional.

Website BRICK Interior Design juga dibuat untuk melakukan ekspansi atau perluasan pasar hingga ke luar negeri. Media promosi *below the line* tidak dapat menjangkau pasar yang luas, maka diperlukan media *above the line*, dalam hal ini adalah *website*. *E-catalog* juga dibuat sebagai pelengkap *website* tersebut yang dapat diunduh melalui *website* tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *website* yang sesuai untuk citra baru *BRICK Interior Design*?

1.3. Batasan Masalah

1. Demografis target pasar: Target pasar yang dituju adalah masyarakat baik pria maupun wanita yang memiliki penghasilan tetap dan lebih dari cukup (kalangan menengah keatas) yang kebanyakan adalah pengusaha, pemilik apartemen, pemilik restoran, pemilik kantor atau bank, dan sebagainya yang membutuhkan jasa disain interior dan eksterior. Hal tersebut dikarenakan produk dan jasa yang dihasilkan dari jasa *BRICK Interior Design* ini cukup mahal, namun sesuai dengan hasil yang diberikan.
2. Psikografis target pasar: tidak segan mengeluarkan uang lebih untuk suatu barang.
3. Geografis: Target pasar yang dituju berdomisili di Indonesia, dari Jakarta (kompleks elit seperti Pondok Indah, dll) dan Tangerang, sampai tingkat nasional, juga hingga ke tingkat nasional, yaitu negara tetangga seperti Singapura, dan negara-negara kawasan Asia Pasifik lainnya.
4. Teknis:

Batasan masalah ini dibatasi pada proses perancangan *website* portfolio untuk jasa *BRICK Interior Design* dan *e-catalog* sebagai pelengkap *website* tersebut. Selain itu, batasan majalah juga dibatasi pada proses

perancangan *website* agar sesuai dengan *identity* jasa *BRICK* Interior Design yang minimalis, elegan, *modern* dan berkonsep *simplicity*. *Website* yang dibuat juga akan menonjolkan keunggulan dari *BRICK* Interior Design, yaitu konsumen bisa meng-*customized* sendiri pesanan mereka, dengan bahan pilihan konsumen, dan disesuaikan dengan budget konsumen. *BRICK* Interior Design juga menyediakan produk dan desain yang modern dan minimalis, yang sangat berkelas, sesuai perkembangan jaman, dan kualitas yang sangat baik dan tahan lama. *BRICK* Interior Design tidak hanya menangani interior saja, namun juga eksterior hingga bangunannya, hal tersebut menjadi nilai lebih bagi *BRICK* Interior Design. Perancangan *website* akan dibuat sejauh proses visualnya saja. Penulis tidak turut serta dalam proses pemograman *website* karena bagian tersebut akan diserahkan ke pihak yang telah berpengalaman.

1.4. Tujuan Perancangan

1. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat desain *website* portfolio yang profesional dan sesuai dengan citra dari jasa *BRICK* Interior Design, dan membuat beberapa media pendukung *website* tersebut yang sesuai untuk jasa *BRICK* Interior Design untuk menjangkau pangsa pasar yang tepat dan lebih luas. Jadi tujuannya adalah membuat visual yang tepat untuk pasar yang tepat.

2. Tujuan berikutnya adalah sebagai sarana perluasan pangsa pasar, maka diperlukan media promosi yang dapat diakses hingga tingkat nasional dan internasional, yaitu *website*.

1.5. Manfaat Perancangan

1. Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah dengan desain *website* yang sesuai, akan membantu masyarakat untuk mengenal dan mengetahui lebih dalam mengenai *BRICK Interior Design* dan berbagai hasil karyanya.
2. Masyarakat akan lebih mudah untuk mengakses portfolio *BRICK Interior Design* karena sebagian besar masyarakat mengengah keatas memiliki akses internet.
3. Pembuatan *website* portfolio juga dapat meningkatkan *value* dimata konsumen.
4. Selain hal tersebut, *website* juga akan mendatangkan banyak konsumen di luar daerah Tangerang dan Jakarta, karena tujuan *website* untuk *BRICK Interior Design* juga sebagai sarana perluasan pasar.
5. Menaikkan kelas *BRICK Interior Design*. Hal tersebut akan mendatangkan banyak klien dari kelas atas dan memberikan keuntungan lebih untuk *BRICK Interior Design*.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah metode pengumpulan data primer dan metode pengumpulan data sekunder.

1. Metode pengumpulan data primer: yaitu melakukan wawancara terhadap pemilik *BRICK Interior Design*, juga melakukan *survey* terhadap para pengguna jasa *BRICK Interior Design*
2. Metode sekunder: yang dilakukan adalah studi visual dengan melakukan pengamatan dan analisa mengenai berbagai jenis *website* portfolio yang terdapat di masyarakat, untuk melihat apa yang disukai masyarakat yang sesuai dengan target pasar. Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara studi pustaka atau studi literatur untuk mendapatkan data secara mudah dan efektif.

1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan dilakukan dengan mengumpulkan data baik melalui metode sekunder maupun metode pengumpulan data primer. Analisa data akan dilakukan setelah semua data terkumpul untuk mendapatkan sebuah kesimpulan yang akan digunakan oleh penulis dalam perancangan *website* dan media pendukung *website* yang sesuai dan efektif untuk jasa *BRICK Interior Design*.

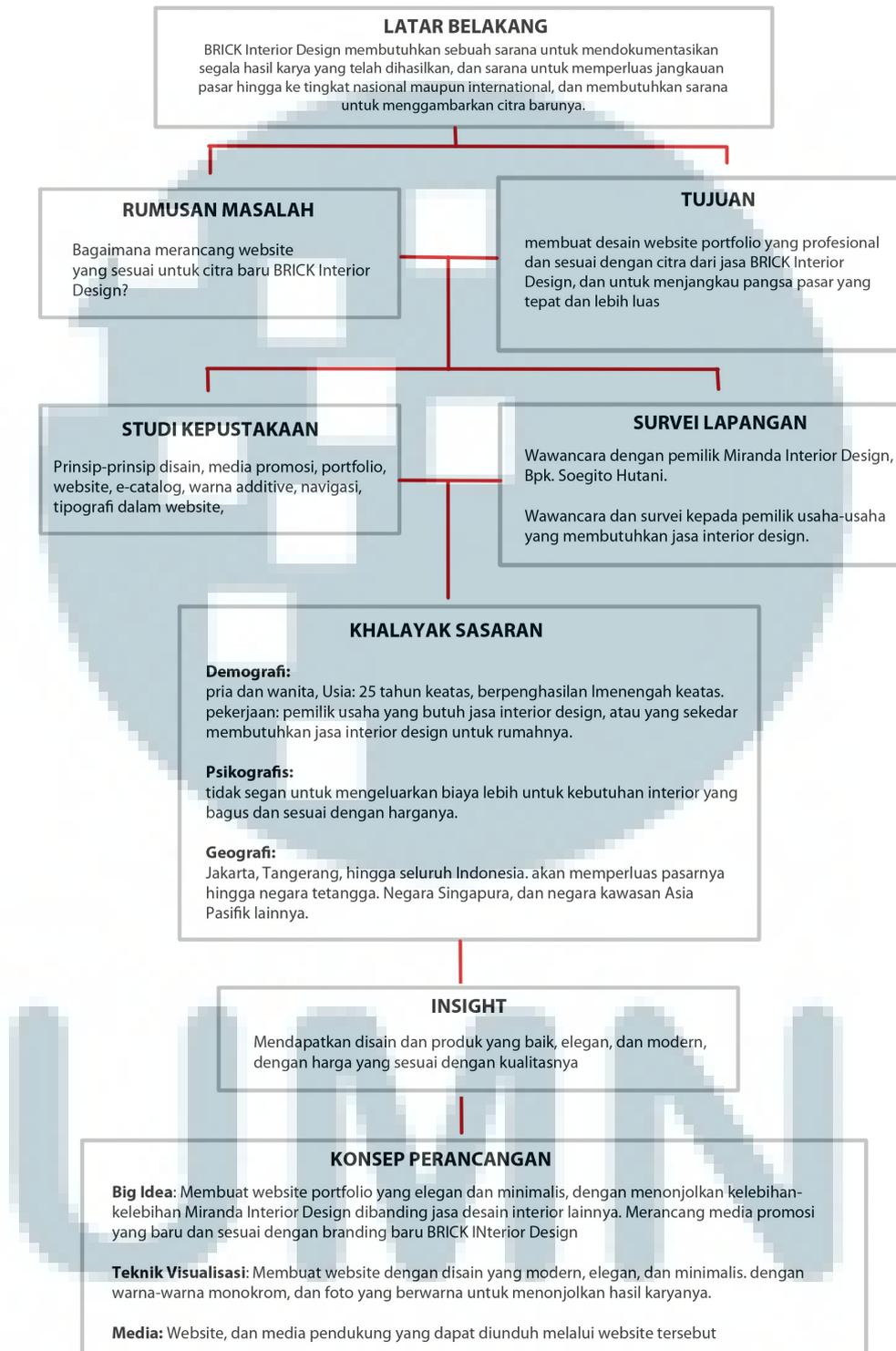
1.8. Skematika Perancangan

Penulis menentukan tema yang akan diangkat sebagai tugas akhir. Kemudian penulis mencari informasi mengenai perusahaan yang dipilih setelah menentukan

tema. Setelah mendapatkan cukup informasi mengenai perusahaan tersebut, penulis melakukan *survey* dan penulis menentukan apa saja yang akan dirancang. Selanjutnya, penulis melakukan pengumpulan data melalui metode primer dan metode sekunder. Kemudian data-data tersebut dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Setelah didapatkan kesimpulan dari pengumpulan data tersebut, penulis mulai membuat konsep dan melakukan *brainstorming* untuk perancangan ulang media promosi tersebut. Setelah konsep tersebut matang, penulis mulai mengeksekusi perancangan *website* dan media pendukung *website* yang sesuai untuk jasa *BRICK Interior Design*. Tahapan berikutnya adalah asistensi dan revisi agar hasil perancangan dapat lebih sempurna. Kemudian didapatkan hasil akhir dalam bentuk digital. Untuk *website*, penulis akan memberikan hasil akhir dalam bentuk digital. Media pendukungnya ditampilkan didalam *website* tersebut dan dapat diunduh melalui *website*.

UMMN

KONSEP PERANCANGAN WEBSITE JASA BRICK INTERIOR DESIGN



Gambar 1.1. Konsep Perancangan Website Jasa BRICK Interior Design