

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi Penelitian

Dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam melaksanakan penelitian, maka digunakanlah metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) perancangan dapat dilaksanakan dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Pada pelaksanaan perancangan identitas Visual ferio printing, penulis melakukan metode kualitatif dan kuantitatif dengan pelaksanaan seperti wawancara, observasi, dan kuesioner dalam perolehan data dan pengumpulan tersebut akan dijadikan pedoman pada perancangan media promosi.

##### 3.1.1 Wawancara

Pada tahapan wawancara, penulis melakukan wawancara terhadap 2 segmen, yakni wawancara dari pihak Ferio Printing, dan wawancara dari pihak konsumen Ferio Printing. Hal ini dilakukan agar terjadi kesesuaian lapangan dan di tempat. Dalam wawancara pertama, Wawancara mengenai Ferio Printing dilakukan kepada Bapak Aris Rusmana selaku Marketing Office dalam memperoleh latar belakang, sejarah, informasi dan permasalahan yang ada di perusahaan. Kemudian dilakukan wawancara kedua terhadap konsumen perusahaan dalam mendapatkan informasi dan jawaban konsumen mengenai Ferio Printing.

##### 3.1.1.1 Wawancara kepada Aris Rusmana

Wawancara terhadap pihak Ferio Printing dilakukan secara offline dan langsung ditempat berdasarkan perjanjian dan persetujuan dari ferio printing. Pelaksanaan wawancara dilakukan kepada pak aris rusmana yang menjabat sebagai *marketing office* dari Ferio Printing, dan waktu pelaksanaan wawancara berlangsung pada tanggal 2 September 2022 dari jam 09:00 hingga 11:30 WIB.



Gambar 3.1 Wawancara kepada Aris Rusmana

Dalam wawancara ini penulis mendapatkan latar belakang perusahaan, sejarah, informasi perusahaan dan permasalahan Identitas Visual.

Menurut pak aris, Ferio printing berdiri sejak Agustus 2010, Ferio printing merupakan percetakan yang menggunakan teknik *offset* dan juga digital untuk beberapa kategori cetak, dan sebagai pelengkap dari offset. Menurut beliau, ferio printing sudah 12 tahun berdiri dan telah memiliki berbagai macam konsumen seperti perusahaan kecil, perusahaan besar, Pengguna langsung dan *Reseller*. Terjadinya segmen konsumen tersebut awalnya menggunakan relasi dan teman terdekat dan kemudian menyingsing hingga mulut ke mulut dari segmen konsumen tersebut.

Pak aris mengatakan bahwa kualitas cetak dan harga murah yang ditawarkan Ferio printing berada di posisi bersaing serta kompetitif, dan mampu disandingkan dengan percetakan besar. walaupun mesin yang dimiliki tidak banyak dan masih menggunakan mesin yang sudah uzur, namun tidak kalah cepat dengan percetakan yang memiliki mesin banyak dan terbaru. Bahkan ferio Printing mampu melayani permintaan order cepat dengan jumlah pemesanan banyak, khususnya *continuous form*, yang dimana pengerjaan cetak dalam 5 hari, sedangkan pengerjaan normal berkisar 12 hari. keunikan ini disesuaikan terlebih dahulu dengan kondisi dan

pertimbangan yang ada pada kapasitas produksi, bila produksi memungkinkan untuk order cepat harus ada kerjasama dari konsumen dengan syarat pembayaran lunas dan proses order cepat akan dilaksanakan terhadap konsumen yang membutuhkan. Menurut pak aris pemesanan cepat atau *request* order seperti ini sangat jarang ditemui di percetakan lain, terutama pada pengerjaan cetak *continuous form* dalam jumlah banyak. Pak aris mengatakan hal tersebut bisa dilakukan dikarenakan komitmen *full service* terhadap pelanggan. dan pengaruh Birokrasi pengaturan perusahaan terhadap karyawan yang sederhana, serta SDM yang dimiliki Ferio Printing merupakan tenaga kerja yang terampil, memiliki jam terbang tinggi dan mempunyai inisiatif yang tinggi terhadap suatu pengerjaan.

Ferio printing sendiri memiliki 2 mesin cetak *offset*, mesin *offset continuous form* dan mesin *offset* toko dalam menunjang produktivitas. Ada yang digaris bawahi mengenai mesin, bahwa mesin cetak *continuous form* dan *offset* toko yang dimiliki ferio printing merupakan tahun lawas, yang dimana perusahaan lain tidak akan mau menggunakan mesin cetak tahun lawas yang bagi mereka adalah mesin yang ringkih dan tidak layak pakai, namun dengan kemampuan SDM ferio printing dalam mengelola mesin cetak, keterbatasan dalam modal, ferio printing tidak kalah dengan kecepatan mesin baru yang terdapat percetakan lainnya. dan ini menurutnya bukan kekurangan dari ferio printing dibanding percetakan lain, karena ferio berani untuk menyeimbangi perusahaan lain dan terbukti masih berjalan hingga saat ini dan tidak ada komplain mengenai hasil cetak.

Dalam melayani konsumen, Ferio Printing juga memiliki pengantaran pemesanan gratis meliputi jabodetabek, cikampek, karawang dan bekasi, dan jumlah pemesanan sedikit akan tetap diantar. Serta komitmen penuh terhadap pelanggan. Sebagai contoh, bila terjadi sebuah kesalahan cetak, maka akan diberikan garansi

berupa penggantian unit cetak dan diambil kembali serta dikerjakan kembali dengan cepat. Bahkan menurut pak aris, ia pernah mendapati konsumen dengan masalah yang diakibatkan oleh konsumen yang berasal dari karawang. yang dimana hasil cetak dari ferio printing dan pengaturan printer yang dimiliki konsumen tidak sesuai, dan dengan sigap staff ferio printing menuju karawang, dan ternyata kejadian tersebut merupakan kesalahan teknis dari pengaturan printer konsumen saja. Hal seperti ini dilakukan karena komitmen yang dimana antara konsumen dan Ferio printing dalam menjaga kepuasan konsumen.

Sejauh ini konsumen merupakan pelanggan lama dan loyal yang sudah mempercayai ferio printing. Dalam peningkatan konsumen baru hanya setiap bulannya bisa dihitung jari dan sedikit. Dengan adanya keadaan tersebut perkembangan ferio printing tidak meningkat.

Data penjualan dari perusahaan, sejauh 3 tahun ini cenderung meningkat dan itu merupakan andil dari konsumen lama, untuk peningkatan tersebut hanya peningkatan dari sisi produksi dan peningkatan dari permintaan konsumen lama, sedangkan peningkatan dari konsumen baru tidak banyak. menurut pak aris, ini merupakan kondisi yang tidak berkembang, sebab sebuah perusahaan yang meningkat adalah dari tolak ukur pelanggan baru serta jumlah produksi yang meningkat berdasarkan peningkatan pelanggan.

Pak aris mengatakan kebanyakan Konsumen baru hanya mengetahui Ferio printing sebagai percetakan continuous form saja, padahal terdapat layanan cetak lainnya, hal ini dibuktikan dengan volume produksi *continuous form* yang sering berjalan, sedangkan volume produksi dari produk lainnya tidak sebanyak *continuous form*.

Dan menurut pak aris, banyak konsumen yang tidak mengetahui mengenai layanan yang ditawarkan oleh ferio printing, jadi konsumen hanya mengetahui bahwa ferio printing hanya sebagai percetakan continuous form, padahal terdapat layanan cetak lain seperti continuous form seperti kop surat, amplop dan lain sebagainya. dan konsumen lama yang mengetahui layanan cetak lain selain continuous form, itupun konsumen yang menanyakan terlebih dahulu apakah ada layanan lain seperti kop surat, kartu nama, buku dan lain sebagainya. alhasil dengan keadaan tersebut, ferio printing hanya bertumpu pada penjualan continuous form, sedangkan layanan cetak lain jarang bergerak.

Sebagai usaha percetakan, pak aris mengatakan bahwa Ferio Printing memiliki logo, dan identitas visual yang minim, yang hanya terdapat pada spanduk, baju karyawan, kop surat, amplop dan kartu nama saja, Untuk bagian identitas visual sendiri, terutama logo yang merupakan Ferio Printing merupakan logo yang diperoleh dari usaha jenis rental mobil pada tahun 2007, namun seiring berjalan waktu dan usaha rental tersebut kandas pada tahun 2009 dan beralih ke usaha percetakan. Dan logo tersebut digunakan kembali pada usaha percetakan Ferio printing. Menurut pak aris logo tersebut dibuatkan oleh teman dari pemilik, dan menurut pak aris logo dari ferio printing mengartikan semangat yang membara yang dimiliki ferio dalam menjalankan usaha.

### **3.1.1.2 Kesimpulan Wawancara Kepada Aris Rusmana**

Ferio Printing sebagai percetakan yang melayani layanan cetak seperti *continuous form*, kop surat, Amplop, Surat Jalan, Faktur, Form Slip, Form Po, Slip Gaji, Kwitansi, Kartu Nama, Nota, kalender, brosur, Buku, tiker dan lain-lain. Serta memiliki komitmen terhadap konsumen yang dimana memuaskan konsumen dengan layanan yang dimiliki seperti *full service*, *Request order*, pengerjaan cepat, kualitas cetak dan harga. Ferio Printing memiliki layanan

cetak *Continuous Form*, dan lainnya, namun konsumen hanya mengetahui ferio printing sebagai percetakan continuous form saja.

Untuk Identitas visual yang dimiliki seperti terdapat pada logo ferio printing sudah berumur 15 tahun, dan merupakan logo yang digunakan pada usaha sebelumnya, yakni usaha rental mobil dilakukan sebelumnya.

### 3.1.1.3 Wawancara kepada Konsumen

Wawancara terhadap pihak Konsumen Ferio Printing dilakukan secara *offline* langsung di lokasi konsumen dan *online* via *chat*. Dalam wawancara ini penulis mendapatkan informasi mengenai Ferio Printing berdasarkan Konsumen dan alasan mereka memilih percetakan yang dimana ferio printing sebagai percetakan yang dipilih.

#### 1) Wawancara kepada Bapak Bambang



Gambar 3.2 Wawancara kepada Pak Bambang

Penulis Melakukan wawancara dengan Pak Bambang secara langsung pada 17 September 2022 yang berlokasi kediaman pribadi beliau di cipondoh. Beliau merupakan konsumen Ferio Printing sejak 2010 dan masih mencetak hingga saat ini, beliau merupakan konsumen reseller. pak bambang mengatakan bahwa hubungannya dengan ferio printing lebih dari sekedar konsumen dan perusahaan, namun sudah seperti teman mitra dalam berbisnis, bertukar pikiran dan saling membantu. Pak bambang

sangat sering mencetak *continuous form* dan cetak lainnya yang sudah tidak terhitung jumlahnya, menurutnya proses pengerjaan dan pengiriman sangat cepat.

Awalnya pak bambang mengetahui ferio printing berdasarkan rekomendasi temannya, Beliau juga sering merekomendasikan ferio printing kepada konsumen dan rekannya. menurutnya, kualitas cetak dan harga yang ada pada ferio printing merupakan yang terbaik, bagus dan murah namun tidak murahan. Dan yang disenangi pak bambang adalah kemampuan bayar tempo yang dimiliki ferio printing yang dimana hal tersebut sangat meringankan beliau sebagai konsumen supplier yang dimana terkadang konsumen dari pak bambang beberapa sering didapati telat pembayaran. Dan beliau juga senang atas layanan cepat ferio printing yang dimana mampu untuk mengusahakan order cepat apabila dibutuhkan.

## 2) Wawancara kepada PT. Bosung Indonesia



Gambar 3.3 Wawancara kepada PT. Bosung Indonesia

Penulis melakukan wawancara melalui pesan whatsapp pada tanggal 16 September 2022 dengan ibu hajin selaku bagian purchasing dari PT. Bosung Indonesia yang berlokasi di tangerang, rajeg. PT. Bosung indonesia sendiri merupakan perusahaan produksi box packaging untuk massal dan salah satu

Konsumen dari ferio Printing sejak 2016. bu Hajin pertama kali mengetahui Ferio printing dari pemegang jabatan Purchasing sebelum bu hajin, orang tersebut yang merekomendasi ferio printing kepada beliau. bu Hajin mengatakan sering mencetak Continuous Form, Form Slip, Form PO dan surat jalan.

Beliau mengatakan juga bahwa Ferio Printing dapat dihubungi dengan cepat, juga pengerjaannya yang tepat waktu, terkadang bisa lebih cepat dari waktu yang dinajjikan. dikatakan bila pesannya ditemukan kesalahan cetak, langsung Direspon dengan cepat dan dikerjakan kembali dengan cepat oleh ferio printing.

### 3) Wawancara kepada Pak juned



Gambar 3.4 Wawancara kepada Pak Juned

Penulis melakukan wawancara melalui pesan whatsapp pada tanggal 16 September 2022 kepada bapak juned yang merupakan konsumen Ferio Printing yang dimana sebagai konsumen *reseller*. Beliau sudah menjadi konsumen lama dan loyal terhadap ferio printing sejak 2012 hingga saat ini. Pak juned sering mencetak *Continuous Form* dan surat jalan. Beliau mengetahui Ferio Printing berdasarkan rekomendasi temannya. Menurutnya Ferio Printing sangat bagus yang dimana memiliki pengerjaan yang tepat sesuai contoh cetakan yang dia berikan.

dan Ferio printing mampu menyamakan kualitas dan contoh dari sample cetakan yang beliau berikan. Dan pengiriman dari ferio printing selalu tepat waktu dan terjadwal, juga menurutnya proses pembayaran kepada ferio printing bisa melakukan pembayaran tempo.

#### **3.1.1.4 Kesimpulan Wawancara Dengan Konsumen**

Pelaksanaan Wawancara dari konsumen Ferio printing yang diperoleh dari Pak bambang, PT. Bosung Indonesia dan Pak Juned yang dimana ketiganya merupakan konsumen lama dan loyal terhadap Ferio Printing. Dan kesimpulan ini meliputi Layanan, jenis cetak yang dipesan, dan pendapat serta saran mengenai Pelaksanaan media promosi yang akan dilakukan pada perancangan ini.

Dari wawancara diatas, bahwa layanan dan kualitas Ferio Printing sangat baik dimata konsumen, dari kualitas dan kecepatan cetak, kertas, layanan serta komitmen ferio printing terhadap pelanggan seperti garansi penggantian pemesanan. Dan konsumen yang telah diwawancarai sering memesan *Continuous Form* seperti Pak bambang, Pak juned dan PT. Bosung Indonesia. dan juga ada konsumen yang mencetak Form Po, Form Slip seperti PT. Bosung Indonesia, dan Pak juned yang juga memesan surat jalan pada Ferio printing.

#### **3.1.2 Observasi Ferio Printing**



Gambar 3.5 Ferio Printing

Ferio Printing atau CV. Ferio Printing merupakan sebuah unit usaha percetakan yang berdiri sejak agustus 2010. Ferio Printing berlokasi di

Tangerang, Tepatnya di Jalan Cendana No 9, kelurahan bencongan Indah, kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810. Ferio Printing menjadi salah satu dari banyaknya percetakan yang ada saat ini yang masih melibatkan teknik *offset* sebagai proses dalam melakukan percetakan pada unit usaha tersebut.



Gambar 3.6 Unit Usaha CV. Ferio Printing

Ferio printing sendiri buka Setiap hari senin hingga jumat dari pukul 07:00 – 22:00, sedangkan hari sabtu dari pukul 07:00 - 17:00 dan tutup dihari minggu. Saat ini Ferio Printing sudah banyak memiliki konsumen lama dan loyal seperti perusahaan besar seperti PT. Honda Bintaro, PT. Hino Armindo Perkasa, PT. Jaya Konstruksi, Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia dll, dan tetap dipercaya hingga saat ini.

#### **3.1.2.1 Layanan Cetak Ferio Printing**

Ferio printing merupakan percetakan yang memiliki beberapa layanan cetak seperti Continuous Form, kop surat, Amplop, Surat Jalan, Faktur, Form Slip, Form Po, Slip Gaji, Kwitansi, Kartu Nama, Nota, kalender, brosur, Buku, tiket dan lain-lain.

#### **3.1.2.2 Mesin produksi Ferio Printing**

Saat Ferio printing sendiri memiliki dua mesin utama dalam menunjang produksi dan layanannya, dengan memiliki 2 mesin cetak massal yang menggunakan teknik *offset*, yakni Mesin *offset Continuous form*, mesin *Offset toko*.

## 1) Mesin offset Continuous Form



Gambar 3.7 Mesin *Continuous Form* Tampak belakang

Mesin cetak *continuous form* merupakan sebuah mesin dengan teknik offset yang memiliki beberapa silinder dan mekanisme penggunaannya masih berupa teknik offset yang berupa plat film serta pemotong lubang pada sisi kanan dan kiri kertas lalu kemudian silinder plat cetak yang diterjemahkan kepada Tinta cetak sehingga menghasilkan cetak kertas *continuous form* yang diinginkan.



Gambar 3.8 contoh *Continuous Form*

Kertas *Continuous Form* sendiri adalah kertas dengan tipe *continoue* atau bersambung. Di tepi kiri dan kanan kertas terdapat lubang-lubang yang dimana berguna untuk Faktur, Bukti keluar masuk penjualan, slip gaji, dll. kertas tersebut biasanya disimpan pada binder, folder (jayaprint.id, 2021).



Gambar 3.9 Mesin *Continuous Form* tampak depan

Mesin cetak *continuous form* pada ferio printing memiliki tipe 3 warna yang dimana mampu mencetak dengan kapasitas 4 warna

lebih dengan bantuan printer digital yang terdapat pada perusahaan. Pada pelaksanaan mesin ini membutuhkan 2 orang dalam pengoperasiannya terdapat 1 orang pemegang kendali dan 1 orang asisten. pada produk yang dihasilkan oleh mesin continuous form produk tersebut bisa menghasilkan seperti continuous form 2,3,4,5,6,7,8 lapis/*Ply* atau rangkap. Proses penggabungan *ply* akan dilakukan di mesin *collator*.



Gambar 3.10 Mesin *Collator* mesin *collator* bukanlah mesin cetak, namun mesin ini merupakan bagian dari kelanjutan produksi continuous form, mesin ini menggabungkan hasil dari *continuous form* yang jika memiliki *ply*/lapis kertas lebih dari 1 yang kemudian digabungkan dari 1 *ply* ke *ply* lainnya. Mekanismenya adalah menjepit setiap *ply* per *ply* kertas yang kemudian menghasilkan beberapa *ply* kertas *continuous form* yang diinginkan sesuai permintaan. Bila terdapat permintaan 1 *ply*, maka mesin *collator* tidak akan digunakan. Dan keunikan mesin *collator*, ferio printing membuat mesin *collator* dengan sendiri.

## 2) Mesin offset toko



Gambar 3.11 Mesin *Offset* Toko

kemudian ada mesin *offset* cetak kecil atau biasa disebut mesin *offset* toko. Mesin ini memiliki kemampuan warna hingga 5 jenis warna dengan tipe *separated*, yang artinya pemisahan warna masih satu tahap dan tidak bisa mencetak 5 warna secara

bersamaan. mesin mampu mencetak kop surat, Amplop, Kartu Nama, Nota, kalender, brosur dan Buku. dalam pengoperasian mesin ini menggunakan teknik offset seperti yang terdapat pada mesin cetak *continuous form*, namun pengoperasian mesin ini khusus untuk tipe kertas satuan dan tidak *continue* atau kertas berlanjut seperti *continuous form*. fungsi mesin ini adalah mencetak kertas satuan yang nanti digunakan pada layanan cetak ferio printing selain *continuous form*.

### **3.1.2.3 Produktivitas dari mesin Ferio Printing**

Berdasarkan wawancara kepada pak aris, sejauh ini produksi dari mesin continuous form berjalan datar dan cenderung meningkat melalui pesanan konsumen lama, dan sering terjadi peningkatan produksi bila terjadi pemesanan cetak lebih dari konsumen lama. sedangkan permintaan produksi dari konsumen baru hampir dikatakan itu tidak begitu banyak.

Kemudian ada mesin cetak offset jarang berjalan dan apabila berjalan bila hanya ada permintaan saja. permintaan biasanya dari pelanggan yang datang ke tempat tersebut kemudian melihat ada mesin yang bisa mencetak selain continuous form, dengan ini konsumen meminta produk selain continuous form tersebut. dan juga ada konsumen lama yang mengetahui produk selain continuous form biasanya menanyakan dahulu kemampuan layanan Ferio printing seperti kop surat, Amplop, Kartu Nama, Nota, kalender, brosur dan Buku.

### **3.1.2.4 Komitmen Ferio Printing terhadap Konsumen**

Menurut pak aris, yang ditawarkan oleh Ferio printing adalah kualitas, harga serta ongkos kirim yang gratis di Jabodetabek juga Karawang dan Cikampek. hal ini yang membuat layanan full service dalam ferio printing yang membuat kebanyakan konsumen loyal. komplain dari konsumen sendiri sangat jarang ini dibuktikan

dengan persentase 100% hingga 5% dari penggambaran pak aris, dan 5% itu komplain dan itu pun sangat jarang, bila pun terjadi akan diberikan garansi, kemudian dikerjakan secara Sigap agar konsumen kembali dan merasa bahwa ini merupakan sebuah layanan full service yang baik dan membuat nyaman konsumen.

SDM di Ferio printing merupakan SDM yang sangat berpengalaman dan berkompeten di bidang masing-masing. setiap SDM di sini mempunyai inisiatif tinggi, punya pengalaman tinggi, dan jam terbang yang sudah tidak perlu diragukan, dan kelihaian SDM dalam melakukan produksi di Ferio printing.

### 3.1.2.5 Observasi Identitas Visual Ferio Printing

Ferio Printing memiliki identitas visual berupa logo berumur 15 tahun, dan terdapat supergrafis daripada identitas visual. Dan umur dari logo pada usaha tersebut sudah 12 tahun dan 3 tahun pada usaha rental mobil, yang dimana rental mobil ada sejak 2007 dan bangkrut pada 2009. Kemudian berdiri kembali usaha ferio printing pada agustus 2010.



Gambar 3.12 Logo Ferio Printing

Menurut pak aris, logo tersebut dibuatkan oleh teman sang pemilik, yang dimana menurut pembuat bahwa logo tersebut melambangkan semangat dari usaha menurut pembuat logo. Serta ferio sendiri merupakan kependekan dari 2 nama anak sang pemilik, yakni ferdiansyah dan satrio yang kemudian diperpendek jadi Ferio, sedangkan printing adalah keterangan dari nama usaha yang bergerak pada bidang percetakan dan cetak. Pada logo menggunakan logo tipe *wordmark* yang langsung menyebutkan nama merek usaha dengan menggunakan elemen desain yang merujuk pada *figure and*

*ground* yang terdapat pada huruf “i” yang membuat persepsi visual yang menjadikan huruf “r” dan “o” yang berupaya untuk menjadi *foreground* daripada huruf “i”.



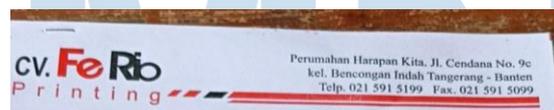
Gambar 3.13 Supergrafis Ferio Printing

Berikut merupakan supergrafis yang dimiliki oleh ferio printing, pada supergrafis yang menampilkan persegi panjang warna merah dengan jajar genjang warna hitam dan persegi panjang warna merah setelahnya. Pada supergrafis tersebut memiliki tipe supergrafis yang berjenis geometris, yang dimana membentuk sebuah bangun ruang beserta warna saja yang tertera.

Kesimpulan dari observasi diatas bahwa ferio printing memiliki identitas visual yang sudah baik dan memiliki elemen desain serta prinsip desain yang terarah. Hanya terdapat pada readibilitas pada logo wordmark yang kurang pada keterbacaannya, terdapat pada huruf “i” yang menjadi samar bila dibaca.

### 3.1.2.6 Observasi Pengaplikasian Media

Pada observasi pengaplikasian media, ferio memiliki penerapan identitas visual terhadap kebutuhan *stationery*. Seperti kop surat, amplop, spanduk dan baju.



Gambar 3.14 Kop Surat Ferio Printing

Berikut merupakan penerapan logo serta supergrafis pada keperluan surat jalan dan kop surat. konsistensi pada penerapan identitas visual yang dilakukan oleh ferio printing sudah baik antara kop surat dan amplop.



Gambar 3.15 Amplop C4 Ferio Printing

Diatas merupakan penerapan identitas visual yang diterapkan pada amplop. Dengan penempatan yang sama dan konsisten, Namun penempatan logo menjadi berbeda jika memasuki spanduk toko.



Gambar 3.16 Spanduk Ferio Printing

Diatas merupakan penerapan identitas visual yang diterapkan pada spanduk toko. Sangat berbeda dengan penerapan pada media sebelumnya. Terdapat logo dengan supergrafis yang diletakkan pada *header* spanduk. Namun penerapan pada logo yang lebih memperbesar keterangan usaha “printing” yang berbeda dengan media sebelumnya.



Gambar 3.17 Seragam Ferio Printing

Diatas merupakan hasil penerapan identitas visual yang diterapkan pada baju. Dan pada baju jenis merek usaha dihilangkan, namun penerapan logo sudah baik dan tidak terdapat inkonsistensi pada logo. Namun Menurut pak aris pada warna baju tidak digunakan warna biru, melainkan warna hitam dengan logo putih, hanya saja terjadi miskomunikasi dengan pelaku cetak baju yang menjadikan warna baju seperti diatas, dan alhasil digunakan hingga saat ini.

Kesimpulan dari observasi pengaplikasian media adalah bahwa ferio printing sudah cukup baik dalam mengelola media, namun terdapat beberapa inkonsistensi yang pada penerapan media,

seperti misal menambahkan nama merek dengan nama usaha dagang, memperbesar bagian dari logo “printing” pada spanduk. Pada penerapannya dikatakan sudah baik dan perlu dirapihkan dengan jelas.

### 3.1.2.7 SWOT

Menurut Ferrel dan Hartline (2005), SWOT adalah sebuah analisis yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dan situasi yang kemudian memisahkan situasi internal seperti kekuatan atau *strength* dan kelemahan atau *weakness*, serta situasi eksternal pada peluang atau *Opportunity* dan ancaman atau *Threats* yang ada dalam di sebuah perusahaan. Pada observasi yang telah dilaksanakan, berikut merupakan hasil pelaksanaan mengenai penentuan SWOT dari percetakan Ferio Printing :

#### 1) *Strength*

- a. Ferio Printing memiliki kualitas cetak yang baik.
- b. Harga murah dan bersaing.
- c. Memiliki Layanan cetak yang banyak.
- d. terdapat *request* pengerjaan cepat / *quick order* .
- e. Layanan Full service terhadap konsumen, seperti arahan dan konsultasi mengenai permasalahan percetakan.

#### 2) *Weakness*

- a. Kegiatan media promosi sangat kurang.
- b. kemampuan cetak yang tidak secepat digital
- c. Konsumen hanya mengetahui Layanan cetak selain *continuous form*, selainnya tidak ramai dan sepi produksi.

#### 3) *Opportunity*

- a. Garansi penuh terhadap hasil cetakan bila terjadi kesalahan.
- b. Banyak perusahaan besar yang telah mempercayai Ferio Printing.
- c. Bersaing dengan perusahaan percetakan besar.

4) *Threat*

- a. Banyak bermunculan Percetakan baru yang dimana persaingan akan semakin ketat.

**3.1.2.8 STP**

Pada observasi yang dilakukan mengenai penentuan STP dari Ferio Printing:

1) *Segmentation*

a. Demografis

- Usia : 20 – 55 Tahun
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Negara : Indonesia
- Pekerjaan : Perusahaan, Konsumen & Reseller
- Ekonomi : SES A-B

b. Geografis

- Jabodetabek, karawang, cikarang dan cikampek

c. Psikografis

- Menggunakan sosial media dalam melihat perkembangan sebuah usaha.
- Menginginkan sebuah percetakan layanan yang responsif dan cepat.
- Selalu memberikan respon baik dan positif terhadap suatu produk dan layanan.

d. Behaviour

- Kualitas dan harga murah.
- Masyarakat yang belum mengetahui ferio Printing.
- Masyarakat yang tidak mengetahui Layanan ferio printing selain *continuous form*.

2) *Targeting*

Perusahaan besar, *Reseller* dan Konsumen yang Menginginkan sebuah percetakan yang berkualitas, murah.

### 3) Positioning

Ferio Printing sebagai layanan percetakan yang memiliki kualitas cetak bagus, harga yang murah serta layanan *full service* yang baik terhadap konsumen.

#### 3.1.3 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner adalah sebuah teknik yang memberikan pertanyaan yang terstruktur kepada beberapa orang. Pada kuesioner menggunakan rumus *slovin* yang bertujuan menentukan jumlah sample dengan metode *random sampling*. Metode ini dilaksanakan berdasarkan populasi dari jumlah penduduk tangerang yang telah didata dari Sensus penduduk kabupaten tangerang. Berdasarkan data Sensus penduduk 2020 kabupaten tangerang serta Ditjen Dukcapil pada bulan desember 2020, populasi masyarakat berjumlah 3.245.619 juta jiwa. Dengan hasil tersebut, Penentuan sampel menggunakan rumus slovin yang tercantum sebagai berikut :

- N : Populasi Kabupaten Tangerang  
e : Derajat Ketelitian  
n : Sampel

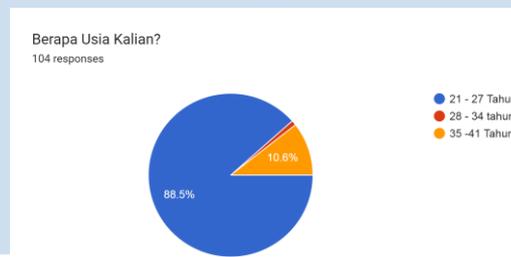
$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$
$$n = \frac{3.245.619}{1+(3.245,619 \cdot 0.1^2)}$$
$$n = \frac{3.245.619}{1+(3.245.169 \times 0.1)}$$
$$n = \frac{3.245.619}{324.562,9}$$

$$n = 9,99$$

$$n = 100 \text{ orang}$$

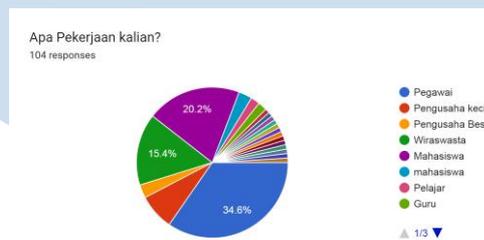
Pada kuesioner ini dibuka secara online melalui *Google form* pada tanggal 6 September 2020 dan ditutup pada tanggal 15 september 2022. Kuesioner dilakukan agar mengetahui bagaimana masyarakat dalam

mengetahui Ferio Printing dan percetakan yang biasa mereka datangi diluar Ferio Printing, serta bagaimana keadaan promosi pada percetakan yang biasa didatangi, dan keunggulan dari pemilihan percetakan tersebut.



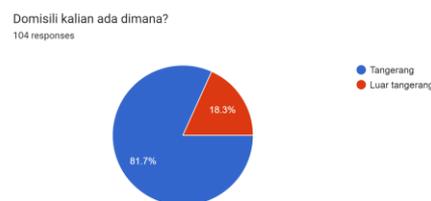
Gambar 3.18 Umur responden

Jika dilihat dari kuesioner tersebut, presentase terbesar yang melakukan pengisian kuesioner diantaranya berumur 21-27 Tahun dengan presentase (88,5%) sedangkan diurutan kedua adalah pengisi yang berumur diantara 35-41 Tahun dengan presentase (10,6%).



Gambar 3.19 Pekerjaan responden

Jika dilihat dari kuesioner tersebut, presentase terbesar yang melakukan pengisian kuesioner diantaranya bekerja sebagai pegawai dengan presentase (34,6%) sedangkan diurutan kedua adalah mahasiswa dengan presentase (20,2%).



Gambar 3.20 Domisili responden

Jika dilihat dari kuesioner tersebut, presentase terbesar yang berdomisili di tangerang dengan presentase (81,7%). sedangkan diurutan

kedua adalah pengisi yang berdomisili diluar tangerang dengan presentase (18,3%).



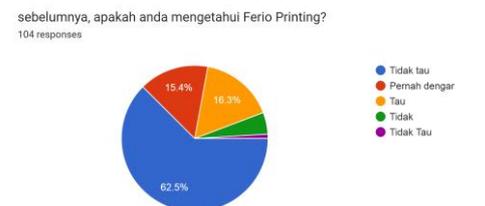
Gambar 3.21 Percetakan yang biasa digunakan responden

Jika dilihat dari kuesioner tersebut, presentase terbesar yang mengetahui percetakan dengan presentase (67,3%). sedangkan diurutan kedua adalah pengisi yang berpindah pindah percetakan dengan presentase (32,7%).



Gambar 3.22 Alasan memilih percetakan

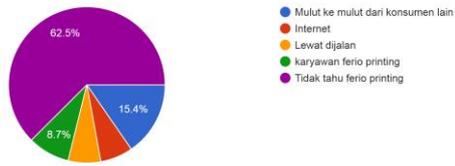
Jika dilihat dari kuesioner tersebut, presentase terbesar yang memilih percetakan yang meliputi layanan, lokasi pengerjaan dan harga mencapai (56.7%). sedangkan diurutan kedua, alasan memilih percetakan dengan kualitas dan harga mencapai (10,6%).



Gambar 3.23 Jawaban responden mengenai ferio printing

Jika dilihat dari kuesioner tersebut, presentase terbesar yang tidak mengetahui Ferio Printing mencapai (62.6%). sedangkan diurutan kedua pengisi yang pernah dengar ferio printing mencapai (10,6%).

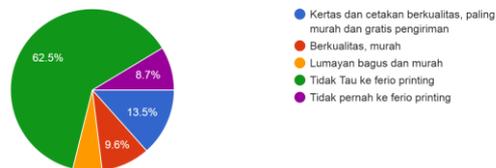
dari manakah anda tau ferio printing?  
104 responses



Gambar 3.24 Jawaban bagaimana mengetahui ferio printing

Jika dilihat dari kuesioner tersebut, (62,5%) responden tidak mengetahui Ferio Printing, sedangkan diurutan kedua adalah pengisi yang mengetahui Ferio Printing dari mulut ke mulut mencapai (15,4%).

Bagaimana pandangan kalian terhadap ferio printing  
104 responses



Gambar 3.25 Pandangan terhadap Ferio Printing

Jika dilihat dari kuesioner tersebut, presentase terbesar yang tidak mengetahui mengenai pandangan terhadap Ferio Printing sebanyak (62,6%) .sedangkan diurutan kedua adalah pengisi yang memiliki pandangan yang baik mengenai harga,kualitas dan kelebihan dari Ferio Printing adalah sebesar (13,6%).

### 3.1.4 Studi Existing

Percetakan	Ferio Printing	Kredibilitas Printing	Istana Megah Utama
Logo			
Tahun	2010	2010	2020
Lokasi	Kelapa dua, Harkit,	Neglasari, Kota Tangerang	Cengkareng, Jakarta barat

	Kabupaten Tangerang		(perbatasan dengan kota tangerang)
Teknik cetak	Offset	Offset	Offset
Range Harga	Rp, 10.000 – Rp. 800.000	Rp, 12.000 – Rp, 813.000	Rp.10.000 – Rp. 825.000
Kualitas cetak	Baik	rendah	Baik
Pengirim an	Gratis	Gratis	Gratis
Jangkauan konsumen	Jabodetabek dan sekitarnya	Jabodetabek dan sekitarnya	Jabodetabek
Rata rata durasi pengerjaan	12 hari	15 hari	14 hari
Layanan Khusus	Quick order / Request pengerjaan cepat	pengerjaan normal	pengerjaan normal
Layanan Unggulan	<i>Continuous Form</i>	<i>Continuous Form</i>	<i>Continuous Form</i>
Layanan cetak	- <i>Continuous Form</i> dengan berbagai ukuran dan model. - kop surat, - Amplop. - Surat Jalan.	- <i>Continuous Form</i> dengan berbagai ukuran dan model. - Kop Surat. - Form Slip. - Form Po.	- <i>Continuous Form</i> dengan berbagai ukuran dan model. - Brosur. - Tiket. - Buku.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faktur.</li> <li>- Faktur pajak.</li> <li>- Form Slip.</li> <li>- Form Po.</li> <li>- Slip Gaji.</li> <li>- Kwitansi.</li> <li>- Invoice.</li> <li>- Kartu Nama,</li> <li>- Nota,</li> <li>- kalender,</li> <li>- brosur.</li> <li>- Buku.</li> <li>- Tiket.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faktur.</li> <li>- Faktur pajak.</li> <li>- Kwitansi.</li> <li>- Tiket.</li> <li>- Brosur.</li> <li>- Invoice.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Majalah.</li> </ul>
Media	-	Website, Instagram dan tokopedia	Website.
Logo	Baik	kurang	Sangat baik
GSM	-	-	-

Tabel 3.1 Studi Existing Percetakan

Hasil dari studi Existing yang dilakukan. Ferio printing memiliki layanan cetak cepat yang tidak dimiliki keduanya, serta kemampuan layanan produksi dari ferio printing paling banyak diantara keduanya. Serta harga yang ditawarkan relatif sama, Sedangkan istana megah utama dan ferio printing memiliki kualitas dan harga yang sesuai, dan pada pengerjaan cetak, ferio printing merupakan yang tercepat diantara keduanya serta memiliki layanan cetak cepat.. pengaplikasian media yang ditawarkan dari ketiganya, kredibilitas printing merupakan yang paling unggul dimana memiliki website, instagram dan tokopedia. Sedangkan Ferio Printing masih tertinggal dengan Istana megah utama yang memiliki media website. Dan

istana megah utama memiliki logo yang baik daripada kredibilitas serta ferio printing.

### 3.1.5 Studi Referensi

Penulis melakukan studi dalam pencarian referensi yang berhubungan dengan perancangan identitas visual bagi Ferio printing. Penulis melakukan pencarian referensi terhadap penerapan identitas visual dengan percetakan digital printing, yakni labagus printing.



Gambar 3.26 Logo Labagus

Berikut merupakan logo dari percetakan labagus, logo tersebut merupakan combination mark yang berupa gabungan *symbolic mark* yang berupa gabungan huruf labagus inisial “L dan B” yang menjadi penyerupaan lipatan buku. serta *wordmark* pada merek percetakan labagus dan tagline dari percetakan yakni *one stop printing* yang berarti semua cetak berada pada satu produksi dan tidak memproduksi layanan pada percetakan lain. Labagus menggunakan komposisi warna yang baik, pada penerapannya menggunakan warna merah, dan biru merupakan warna turunan *analogus* dari merah.



Gambar 3.27 Spanduk Labagus

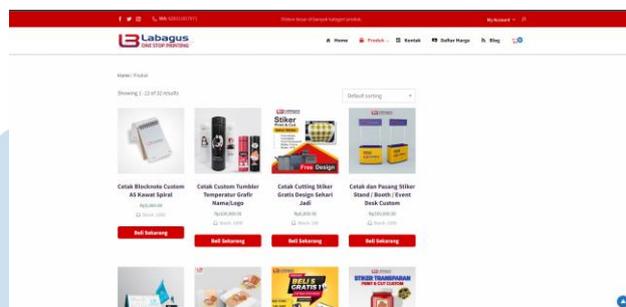
Berikut merupakan spanduk logo dari percetakan labagus. Penerapan spanduk dengan identitas visual sudah cukup baik, dengan menampilkan semua layanan cetak yang dilakukan. Dengan ukuran spanduk yang besar,

mampu memperlihatkan semua hasil layanan dengan lengkap dan ringkas, dan layanan detail terdapat pada website.



Gambar 3.28 Referensi website Labagus Printing  
Sumber : Labagusprinting.com

Website labagus memiliki Website dengan antarmuka yang baik, serta dengan yang selaras, komposisi desain yang baik, juga gambar pada halaman awal yang mencerminkan semua produk dari labagus yang menyiratkan bahwa labagus merupakan percetakan yang layanannya dibutuhkan oleh masyarakat. Pemilihan menu yang *to the point* Serta terdapat promosi yang *copywriting* nya mengajak pengunjung agar melihat serta melakukan cetak kepada labagus.



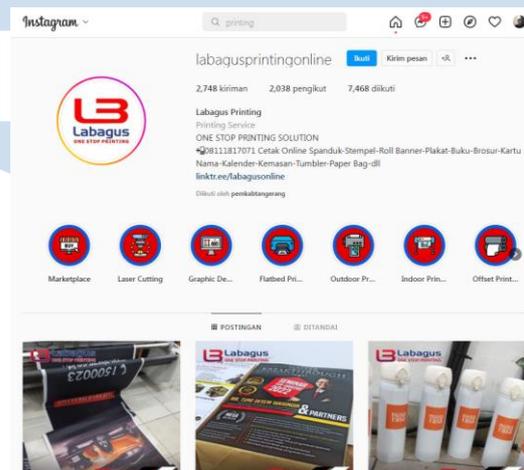
Gambar 3.29 List produk layanan Labagus printing  
Sumber : Labagusprinting.com

juga terdapat menu produk layanan yang dimiliki dengan intensitas desain serta foto produk yang memiliki komposisi yang menjadikan produk dan layanannya terlihat nyaman dan profesional, dan terdapat kategori produk serta sub produk yang dapat tersampaikan dengan jelas.

DAFTAR HARGA												
No	Uraian	Spesifikasi	Satuan	Harga	Spesifikasi	Satuan	Harga	Spesifikasi	Satuan	Harga		
1	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
2	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
3	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
4	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
5	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
6	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
7	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
8	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
9	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000
10	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000	Labagus Logo	1000x1000	1	10000

Gambar 3.30 List harga produk layanan Labagus Printing  
 Sumber : Labagusprinting.com

Pada menu harga dalam website, juga disebutkan produk layanan, sub produk dan harga yang detail dan terbaharukan setiap tahunnya. Namun pada penyampaiannya kurang nyaman dan terkesan tabel kaku, walau begitu ini upaya yang baik agar pengunjung mengetahui harga serta jenis layanan secara detail.



Gambar 3.31 Referensi Instagram Labagus Printing  
 Sumber : instagram.com/labagusprintingonline

Labagus dalam melaksanakan percetakan juga menyematkan promosi pada media instagram, pada instagram terdapat *highlights* yang terdapat jadwal operasional, produk layanan, jenis mesin, jenis kertas dan agar informasi mudah diketahui oleh konsumen dan masyarakat. Jumlah *followers* dari instagram yang dimiliki labagus printing sebanyak 2.038 pengikut dan 2.748 unggahan mengenai aktivitas layanan produk, aktivitas percetakan dan sebagainya.



Gambar 3.32 Referensi Feed Instagram labagus  
Sumber : [instagram.com/labagusprintingonline](https://www.instagram.com/labagusprintingonline)

Mengenai komposisi warna, layout, tekstur dan tampilan, penerapannya konsisten, dan foto produk yang disajikan lumayan baik dan pada template postingan kali tersebut menyesuaikan hari nasional tertentu yang memiliki semangat pada pelaksanaan informasi promosi mengenai kemerdekaan.

### 3.2 Metodologi Perancangan

Pada pelaksanaan perancangan media promosi pada Ferio printing, akan menggunakan metode perancangan desain yang terdapat pada buku Alina Wheeler yang berjudul *Designing Brand Identity*. Dan buku tersebut terdapat beberapa proses yang akan jadi tahapan dalam perancangan. Berikut merupakan proses tahapan dari teori Alina Wheeler:

#### 1) *Conducting Research*

Tahap ini penulis melakukan riset dengan metode gabungan antara Wawancara, kuesioner dan observasi, serta pengumpulan data melalui internet.

#### 2) *Clarifying Strategy*

Tahap ini melakukan pembentukan ide melalui *mindmap* yang kemudian menjadi konsep yang digunakan pada tahap setelahnya, serta acuan dalam penetapan *brand mantra*, *brand positioning*, *brand value* serta *brand personality*.

### 3) *Designing Identity*

Tahap ini akan dilaksanakannya hasil dari konsep, dan melakukan proses sketsa yang kemudian memperoleh hasil desain dari perancangan seperti logo, supergrafis pada ferio printing.

### 4) *Creating Touchpoint*

Tahap ini akan melakukan pelaksanaan berupa penerapan logo serta supergrafis yang dihasilkan dari tahapan sebelumnya, yang kemudian diterapkan pada penerapan media. sehingga terjadilah proses identitas visual dari media dari ferio printing.

### 5) *Managing Assets*

Tahapan terakhir ini adalah penerapan dari hasil sebelumnya berupa media yang telah dibuat, dan media tersebut disusun menjadi panduan berupa buku GSM, sehingga memungkinkan sebuah konsistensi dari identitas visual pada ferio printing meliputi aturan serta penetapan yang telah ditentukan pada proses pembuatan identitas visual.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA