



### **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

Industri kreatif merupakan sebuah sektor yang sedang mengalami perkembangan pesat pada era kemajuan informasi saat ini, dan industri desain termasuk dalam subsektornya. (Pangestu, 2008:132) Dalam industri desain, para pelakunya bergerak dengan cara masing-masing, baik itu membentuk sebuah perusahaan, ataupun bergerak secara individu. Terlepas dari hal tersebut, semua pelaku industri desain menyediakan jasa yang menghasilkan produk-produk hasil dari proses kreatif. Pelaku industri yang membentuk perusahaan, masing-masing memiliki spesialisasi dan segmen pasarnya seperti *advertising agency*, *branding consultant*, *graphic house*, dan *press and printing*.

Kemunculan perusahaan-perusahaan desain tersebut tentu saja menimbulkan persaingan, baik itu dalam mendapatkan klien, maupun dalam menarik minat pekerja desain grafis untuk bergabung ke dalam perusahaan tersebut. Salah satu media yang efektif digunakan untuk tujuan tersebut adalah *website*. Menurut Chiaravalle dan Schenck (2007) dalam buku *Branding For Dummies*, internet pada masa kini adalah sebuah wadah utama dimana orang-orang dapat mengakses dan mengevaluasi sebuah jasa / produk yang akan mereka gunakan (Hlm.205). Kemudahan dalam mengakses informasi melalui internet, disertai kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat perusahaan-perusahaan membuat *website* miliknya sebagai sarana bagi mereka untuk

berkomunikasi, memasarkan jasa / produk, profil perusahaan, portfolio, sekaligus meningkatkan *awareness* konsumen.

Salah satu perusahaan desain tersebut adalah Katapel, sebuah perusahaan informal yang bergerak di bidang desain grafis dan konsultan *branding*. Berbentuk SOHO (*Small Office Home Office*), Katapel berjalan dengan tim kecil yang profesional untuk menjaga soliditas kerja dan kualitas karya. Hingga sekarang, Katapel sudah menangani klien-klien besar seperti Cimory, *Wardah Cosmetics*, *Hewlett Packard Enterprise*, dan berbagai klien lainnya. Menurut pendiri Katapel, Welly Caslin, penggunaan nama 'Katapel' memiliki makna filosofis, bahwa Katapel sebagai perusahaan yang *down to earth*, namun tetap menghasilkan karya-karya desain yang berkualitas dan profesional, seperti senjata ketapel yang sederhana tetapi memiliki kekuatan dan akurasi jika dipakai dengan cara yang tepat.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan CEO Katapel, selama berjalan Katapel sudah memiliki *website* dengan alamat *www.katapel.com*, tetapi belum mengakomodir tujuan Katapel untuk melakukan ekspansi dengan mendapatkan klien baru. Katapel ingin masuk ke dalam pasar yang lebih luas. Selama hampir 9 tahun berdiri, Katapel hanya bertahan dengan promosi mulut ke mulut dan relasi-relasi bisnis lamanya. *Website* Katapel saat ini hanya berisi satu poster '*open recruitment*' beserta dengan alamat email perusahaan, dan konten tersebut sudah satu setengah tahun tidak diperbaharui, dan sebelum itu, *website* hanya berisi poster kontak Katapel sejak pertama kali dibuat. Selain itu, *website* Katapel tidak memiliki navigasi maupun fitur-fitur lainnya sehingga tidak

mendukung *user experience*. Hal tersebut menjadi masalah karena informasi dan konten yang minim tidak dapat merepresentasikan Katapel sebagai sebuah perusahaan desain grafis yang profesional, berkualitas dan kredibel. Kredibilitas adalah komponen utama dalam sebuah *website* perusahaan, sehingga dapat menimbulkan kesan pertama yang baik bagi pengguna atau pelanggan. (Thomas, 2011:22) Selain itu, *website* sebagai media *above the line* dapat lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas.

Demi mengakomodir tujuan Katapel untuk berkembang menjangkau klien-klien baru, maka diperlukan sebuah rancangan *website* yang lebih baik dalam memberikan informasi mengenai Katapel. Selain memenuhi kebutuhan perusahaan, perancangan *website* ini juga dapat memberikan fasilitas yang lebih baik untuk *user* agar mengenal Katapel lebih baik. Untuk itulah penulis mengajukan sebuah solusi untuk merancang sebuah *website* yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan Katapel.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana perancangan *website* Katapel yang mampu mengkomunikasikan perusahaan desain grafis Katapel kepada klien?

## **1.3. Batasan Masalah**

Untuk menghindari penyimpangan pembahasan dari rumusan masalah serta mencapai tujuan yang diharapkan, penulis membatasi permasalahan sebagai berikut.

1. Perancangan *User Interface* (UI), yaitu tampilan visual dari *www.katapel.com* dan *User Experience* (UX), yaitu pengalaman pengunjung dalam menggunakan *website*. Penulis tidak melakukan pemrograman yang kompleks karena menggunakan program pembangun *website* tanpa *coding* yaitu Adobe Muse, sehingga *output* dari perancangan ini adalah *website* yang dapat beroperasi secara sederhana.
2. Perancangan *website* untuk spesifikasi target audiens:
  - a. Demografi:

Usia 25-40 tahun dengan pendidikan setingkat S1, pengusaha *start-up* maupun masyarakat yang membutuhkan jasa desain grafis / *brand designer* untuk usaha mereka. Usaha tersebut berkelas menengah ke atas seperti restoran kelas *premium*, agen properti, bank, dan sebagainya.
  - b. Psikografi:

Orang-orang yang mengerti bahwa desain merupakan bagian penting dari keberlangsungan usaha mereka.
  - c. Geografi:

Berdomisili di Jabodetabek hingga ke tingkat nasional. Memungkinkan juga untuk klien internasional karena sebelumnya Katapel pernah menangani proyek untuk klien dari luar negeri.

#### 1.4. Tujuan Tugas Akhir

Menciptakan tampilan visual *website* yang mampu mengkomunikasikan perusahaan desain grafis Katapel kepada klien.

## 1.5. Metode Pengumpulan Data

Perancangan *website* perusahaan desain grafis Katapel dimulai dengan melakukan beberapa kegiatan untuk mendapatkan data tentang perusahaan tersebut. Data yang diperoleh menjadi acuan dalam mendesain *website* yang representatif dan memenuhi kebutuhan perusahaan. Pengumpulan data yang dilakukan adalah:

### 1. Wawancara

Metode wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi langsung dari pihak Katapel mengenai kondisi dan permasalahan yang dialami oleh perusahaan desain grafis tersebut, sehingga mengetahui apa kebutuhannya.

### 2. Survei *Online*

Untuk mendapatkan sampel jawaban yang lebih banyak dan luas, maka penulis melakukan survei berupa kuisisioner yang disebarakan secara *online* kepada klien Katapel maupun masyarakat umum sebagai calon klien Katapel yang potensial.

### 3. Studi Literatur

Penulis melakukan pengamatan pada *website* Katapel dan beberapa *website* perusahaan sejenis untuk mendapatkan referensi serta perbandingan antar *website*, dan menganalisis kecenderungan-kecenderungan yang ada dalam sebuah *website* perusahaan desain grafis.

### 4. Studi Pustaka

Metode studi pustaka digunakan untuk mendukung perancangan dengan teori-teori yang berasal dari media cetak maupun *online*. Penulis menelaah mengenai perancangan *website*, *branding*, komunikasi visual dan pemasaran.

## **1.6. Metode Perancangan**

Dalam proses pengerjaan tugas akhir ini, penulis merencanakan tahapan kerja yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

### **1.6.1. Identifikasi Masalah**

Penulis mengidentifikasi masalah yang ada pada perusahaan desain grafis Katapel dan kebutuhan perusahaan tersebut, yaitu bagaimana mengkomunikasikan Katapel kepada klien.

### **1.6.2. Solusi**

Berdasarkan masalah yang telah teridentifikasi, penulis menentukan solusi untuk permasalahan tersebut, yaitu dengan mendesain ulang *website* yang dimiliki oleh Katapel. Tujuan perancangan ulang ini adalah untuk mengakomodir kebutuhan perusahaan yang ingin berkembang dengan menjangkau klien baru, serta menuangkan visi misi perusahaan dan menunjukkan kredibilitas sebagai sebuah perusahaan desain grafis.

### **1.6.3. Pengumpulan Data**

Penulis mengumpulkan data primer maupun sekunder yang diperoleh melalui wawancara, survei *online*, studi literatur, dan berbagai sumber lainnya seperti jurnal *online* dan *e-book*.

### **1.6.4. Konseptualisasi**

Berdasarkan data yang sudah terkumpul, maka penulis menganalisis data tersebut dengan melakukan *brainstorming* untuk mendapatkan konsep. Konsep yang

diperoleh dari proses *brainstorming* diolah menjadi sebuah *mindmap*, kemudian mengambil kata kunci yang penting untuk dijadikan acuan dalam merancang visual dari *website* Katapel. Kata kunci tersebut diolah menjadi *key message* yang kemudian diinterpretasikan menjadi ide besar perancangan atau *big idea*.

#### **1.6.5. Digitalisasi**

Konsep yang sudah ditentukan dieksekusi dengan berbagai perangkat yang dibutuhkan ke dalam format digital. Penulis menggunakan Adobe Illustrator untuk membuat tampilan *layout* dasar yang kemudian diterapkan ke dalam Adobe Muse sebagai program pembangun *website*.

#### **1.7. Timeline Perancangan**

Untuk melaksanakan perancangan *website* Katapel secara teratur dan sistematis, maka penulis menentukan *timeline* perancangan sebagai berikut:

1. Februari - Maret 2016
  - a. Pengumpulan data melalui wawancara dengan CEO Katapel yang merangkap sebagai *Creative Director* untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan Katapel.
  - b. Mengumpulkan sampel jawaban yang lebih banyak dengan melakukan survei melalui kuisioner *online*.
  - c. Melakukan studi eksisting terhadap *website-website* perusahaan kreatif untuk mengetahui kecenderungannya.



2. Maret – April 2016

- a. Memulai proses konseptualisasi, dengan *output* berupa *mindmap* yang kemudian diolah menjadi bentuk visual yaitu *website wireframe* dan desain *sitemap*.
- b. *Wireframe* yang sudah dirancang akan menjadi acuan eksekusi secara digital menggunakan *software* grafis untuk, mendapat tampilan visual *website* yang dibutuhkan.
- c. Tampilan visual *website* dibuat dapat beroperasi menggunakan teknik pemrograman sederhana sebagai *mockup* digital.

3. April - Mei 2016

- a. Penyempurnaan desain visual *website*, menyusunnya sesuai dengan *sitemap*, dan memastikan konten yang terdapat di dalamnya telah sesuai dengan kebutuhan dan layak tampil.
- b. Mendesain alat-alat penerapan identitas visual perusahaan selain *website* seperti *collateral set*, *administrative tools*, *stationary range*, *ephemera*, dll. sebagai kelayakan dan kelengkapan perancangan.

UMMN

## 1.8. Skematika Perancangan

