

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam kerja praktek ini, penulis berusaha menemukan permasalahan yang ada dan mempelajari serta menganalisis permasalahan yang ada PT. Suara Mitra Simpati. Permasalahan yang timbul pada PT. Suara Mitra Simpati yaitu corporate Identity yang selama ini dimiliki dan digunakan masih kurang mampu mencerminkan identitas yang sesuai karakter perusahaan sehingga belum bisa mendukung perusahaan untuk menjual jasa yang ditawarkan serta masih kurang mampu untuk menarik lebih banyak konsumen agar menggunakan jasa yang mereka tawarkan. Corporate Identity yang terdiri dari Logo dan stationery set (kartu nama, kop surat, amplop, dan cover CD) masih menggunakan gaya desain yang pasaran sehingga tidak mampu mewakili karakter perusahaan serta belum bisa menonjolkan kelebihan dan kualitas PT. Suara Mitra Simpati. Untuk mengatasi permasalahan tersebut ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan langkah awal untuk menentukan permasalahan desain corporate identity sebelumnya serta bagaimana corporate identity yang cocok dan sesuai untuk PT. Suara Mitra Simpati. Dalam langkah ini penulis melakukan analisis terhadap desain corporate identity yang dimiliki oleh PT. Suara Mitra Simpati sebelumnya, serta membandingkan dengan desain corporate identity Advertising lain. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagian mana yang perlu

diperbaiki dan bagaian mana yang masih bisa dicantumkan dalam desain yang baru.

Berdasarkan analisis yang diperoleh melalui data-data perusahaan, visi misi dan filosofi PT. Suara Mitra Simpati, serta jasa apa yang ditawarkan, akan dapat ditentukan image atau citra desain seperti apa yang ingin ditonjolkan dalam desain corporate identity yang baru.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari referensi, literatur atau bahan-bahan teori yang diperlukan melalui berbagai sumber wacana yang berkaitan dengan penyusunan laporan. Studi pustaka dalam penyusunan laporan ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui internet, mencari buku-buku yang membahas tentang corporate identity, serta buku-buku tentang brand.

3. Wawancara

Breafing ini juga merupakan bagian dari observasi untuk menentukan apa yang diinginkan oleh pemilik perusahaan. Diantaranya apa yang ingin ditonjolkan, apa yang ingin ditampilkan, apa yang ingin dihindari, dan lain sebagainya.

Briefing merupakan penjelasan-penjelasan secara untuk memberikan gambaran secara ringkas mengenai permasalahan perusahaan. Pada prinsipnya pengarahan yang dilakukan adalah pengarahan yang ada kaitannya dengan pelaksanaan tugas sesuai dengan tujuan organisasi.

wawancara dibutuhkan untuk mendapatkan data dengan cara tatap muka dengan pemilik atau pimpinan perusahaan, dan dari pihak-pihak terkait. Dari sini

akan memperoleh data tentang seberapa efektif desain corporate identity yang digunakan selama ini.

Dari hasil breafing dan wawancara, diketahui bahwa PT. Suara Mitra Simpati membutuhkan satu desain corporate identity baru yang efektif sehingga dapat digunakan untuk menjual jasa yang mereka tawarkan kepada klien, desain corporate identity tersebut meliputi logo yang kemudian akan diaplikasikan kedalam media stationery set yang meliputi Kartu nama, Kop Surat, Amplop, dan Cover CD.

3.2 Analisis Data

Untuk mencari dan mengatur kesimpulan dari berbagai data yang telah dikumpulkan guna untuk menentukan konsep perancangan Corporate Identity diperlukan pemahaman transkrip wawancara, observasi, dan studi literature dengan menggunakan metode Kualitatif yaitu analisis data yang dilakukan dengan mengolah data dan memilah-milahnya menjadi kesatuan yang dapat dikelola dan mensistensikannya , mencari dan menemukan pola. Sedangkan kuantitatif yaitu Merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk numerik atau angka. Sehingga dapat memberikan pembagian jumlah presentasi atau ukuran dari hasil data.

Setelah melakukan analisis wawancara, observasi dan studi literatur, penulis mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk menunjang perancangan desain Corporate Identity ini. Data – data tersebut diantaranya:

1. History perusahaan
2. Visi dan misi perusahaan

3. Jasa yang ditawarkan
4. Client yang pernah ditangani
5. Contact person perusahaan

3.3 Proses Perancangan Corporate Identity

3.3.1 Riset

Riset merupakan sebuah proses pengumpulan dan pengelompokan data penunjang yang berhubungan dengan perusahaan klien. Melalui tahapan ini, desainer dapat mengidentifikasi masalah yang berhubungan dengan perusahaan. Riset dilakukan dengan beberapa cara yang meliputi:

1. Analisis Perusahaan

Analisis perusahaan ditujukan untuk mencari permasalahan perusahaan yang bersifat internal yang dapat digunakan sebagai landasan perancangan corporate identity perusahaan. Dalam konteks ini, permasalahan internal perusahaan mencakup pada kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) yang bersifat internal dari perusahaan untuk memasarkan produk atau jasanya.

2. Analisis Kompetitor

Analisis kompetitor sangat dibutuhkan untuk membandingkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) perusahaan dengan perusahaan lain yang menjadi kompetitornya, sehingga tahap ini berfungsi untuk menghindarkan persamaan elemen

corporate identity klien dengan kompetitornya sehingga menjadi sebuah desain yang baik dan tidak pasaran.

3. Analisis Target market

Riset dan analisis target market perusahaan dilakukan untuk lebih mengenali perilaku target market secara tepat. Dengan mengenal perilaku pasar, sehingga mampu melengkapi analisis SWOT yang menjadi landasan utama dalam penentuan konsep perancangan Corporate Identity perusahaan.

3.3.2 Analisis Data

Analisis Data dilakukan untuk mempermudah dalam menentukan solusi dan keywords yang akan menjadi dasar desain Corporate Identity, hal ini dilakukan dengan menggolongkan data yang terkumpul melalui proses riset kedalam beberapa bagian yang meliputi *SWOT* (Strength, Weakness, Opportunities dan Threat). Analisis data juga dilakukan oleh agar tingkat validitas data yang telah didapat tetap stabil. Hal ini dilakukan melalui 2 tahapan yaitu:

1. Analisis SWOT dan Solusi

SWOT yang merupakan singkatan dari strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunites (kesempatan), dan threat (ancaman) merupakan sebuah bentuk analisis data yang digunakan untuk melihat berbagai kemungkinan permasalahan internal dan eksternal perusahaan yang pada nantinya akan digunakan untuk menentukan solusi yang tepat bagi perancangan corporate identity perusahaan klien. Hal ini mempermudah

dalam mengidentifikasi hubungan masalah internal dan eksternal sehingga dapat menemukan solusi yang tepat bagi perusahaan.

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
OPPORTUNITY (O)	SOLUSI S-O	SOLUSI W-O
THREAT (T)	SOLUSI S-T	SOLUSI W-T

Gambar 3.1

2. Keywords

Keywords merupakan sebuah kesimpulan yang mempermudah dalam penentuan konsep desain corporate identity. Setelah melakukan analisis SWOT dan merangkumnya maka akan ditemukan beberapa keyword yang kemudian akan diambil 2 atau 3 keyword yang dianggap mampu mewakili semua keyword dan permasalahan perusahaan. Setelah itu, desainer akan mencari hal-hal yang berhubungan dengan ketiga keywords tersebut untuk memudahkan penentuan konsep pada tahap selanjutnya.

3.3.3 Konsep Desain

Setelah menemukan dan merangkum beberapa keyword yang telah ditemukan, kemudian dianalisis lebih lanjut untuk menemukan 1 buah keywords yang akan digunakan sebagai konsep desain. Dalam proses ini, diperlukan

kerjasama dengan pihak perusahaan untuk menentukan konsep corporate identity. Dalam tahapan ini konsep yang telah ditemukan kemudian dideskripsikan dengan lebih lanjut, mulai dari definisi dari konsep, warna yang berhubungan dengan karakter konsep hingga nilai estetika yang terkandung di dalam konsep tersebut. Hal-hal inilah yang pada akhirnya akan menjadi titik tolak dalam perancangan corporate identity perusahaan sehingga dapat menghasilkan desain yang tepat dan akurat sesuai dengan keinginan visi dan misi perusahaan.

Konsep yang digunakan pada corporate identity adalah *fresh news* dimana konsep ini dianggap mampu mewakili karakter perusahaan yang bergerak dibidang periklanan khusus media cetak yang berupa Koran dan mengusung kesan fresh karena warna yang digunakan adalah dominan hijau sesuai dengan profil perusahaan yang dianggap mampu menciptakan keterbukaan antara perusahaan dengan klien.

Jenis font yang digunakan adalah jenis font *san serif* , yang lebih detailnya adalah font "Century Gothic" yang merupakan jenis huruf san serif bertipe *Bold*. Dikarenakan huruf ini telah memenuhi 4 standar tipografi yang memang wajib dimiliki untuk font didalam desain stationery set ini yaitu *legibilitas, readability, visibility, dan clarity*.

3.3.4 Creative Process

Tahapan ini merupakan awal dari bentuk visualisasi konsep corporate identity. Dengan memperhitungkan deskripsi konsep serta warna yang telah

ditemukan, sehingga dituntut untuk berpikir kreatif agar mampu menghasilkan desain yang komunikatif. Terdapat 2 tahapan dalam creative process, yaitu:

1. Sketch

Sketch adalah sebuah gambaran kasar menggunakan media pensil, spidol dan kertas dengan tujuan untuk meng-explore ide-ide kreatif yang berhubungan dengan konsep yang telah ditemukan sebelumnya. Dengan menggunakan teknik manual, desainer dapat dengan bebas menuangkan ide kreatifnya tanpa terpacu pada efek-efek digital komputer.

2. Digital Illustration

Setelah terkumpul beragam sketch, maka selanjutnya pihak perusahaan memilih bentuk sketch mana yang tepat dan sesuai dengan konsep. Pihak perusahaan akan memilih beberapa sketch yang dianggap tepat untuk kemudian diproses menuju tahap digital illustration. Dalam tahap ini diperlukan penentuan software yang akan digunakan sebagai langkah awal untuk menuju tahapan ini.

Dalam hal ini penulis menggunakan software Adobe Photoshop dan Corel Draw. Adobe photoshop sendiri merupakan sebuah program atau perangkat lunak yang biasanya digunakan untuk mengedit sebuah gambar atau foto, yang terdiri dari beberapa tools yang dapat membantu penggunanya memanipulasi sebuah gambar. Dalam perancangan ini penulis menggunakan software ini untuk membuat keseluruhan layout design.

Sedangkan Corel Draw merupakan sebuah program komputer yang berfungsi untuk melakukan editing atau membuat suatu desain grafis.

Aplikasi ini biasanya digunakan untuk membuat berbagai desain seperti logo, kartu nama, kalender, poster, vector design, dan lain sebagainya. Dalam perancangan ini penulis menggunakan corel draw software utama dalam desainya.

Output Desain disimpan dengan format PDF dan JPEG. penyimpanan dengan format PDF dilakukan untuk mempermudah ketika proses percetakan hal ini dilakukan agar desain tidak berubah warna atau agar desain yang di computer sesuai dengan tampilan pada layar komputer.

3.3.5 Konsultasi

Beberapa digital illustration yang telah dibuat, kemudian diseleksi oleh pihak perusahaan untuk kemudian diserahkan kepada klien. Klien akan memilih desain mana yang menurut mereka tepat dan sesuai dengan keinginan mereka. Proses konsultasi ini biasanya tidak hanya berlangsung sekali, karena terkadang klien masih merasa tidak sesuai dengan hasil yang diserahkan. Dan jika hal tersebut terjadi, maka account executive akan menyerahkan kembali pada desainer dan kembali ke tahapan creative process untuk mengembangkan lagi konsep yang telah ditentukan. Proses ini akan terus berputar hingga pada akhirnya klien telah memilih desain mana yang mereka inginkan.

3.3.6 Final Process

Setelah pihak perusahaan memilih desain mana yang tepat, maka selanjutnya desain yang terpilih akan diproses lebih lanjut agar lebih halus dan layak untuk dipakai sebagai corporate identity perusahaan klien. Terdapat 2 tahapan yang ada dalam proses ini, yaitu:

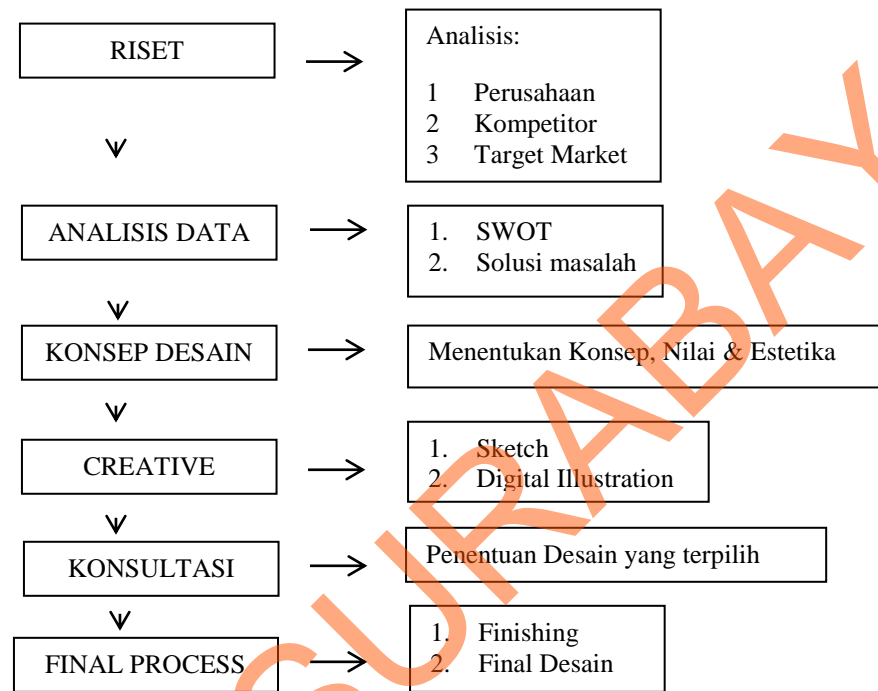
1. **Finishing**

Penyelesaian desain yang telah dipilih oleh pihak perusahaan. Pada proses dituntut agar menghasilkan desain akhir yang layak. Biasanya selain memperbaiki elemen desain terpilih, desainer juga mencoba untuk mengaplikasikan desain terpilih pada media-media yang akan digunakan nantinya.

2. **Final Design**

Setelah proses finishing selesai, maka selanjutnya hasil dari final design dicetak dan diaplikasikan pada media-media yang telah ditentukan untuk kemudian diserahkan kepada klien yang bersangkutan.

3.4 Skema Perancangan



Gambar 3.2