

BAB III

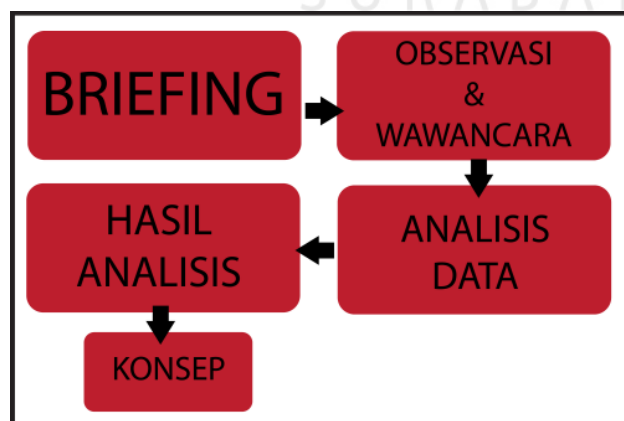
METODE PERANCANGAN

3.1 Metodologi

Dalam kerja praktik ini, penulis akan menganalisa serta mencari berbagai data dengan menggunakan metode kualitatif untuk permasalahan dari PT. Pabrik Genteng & Batu Bata Bambe. Metode ini bisa menjadi panduan peneliti untuk fokus dalam kerja praktik. Metode penelitian kualitatif ini diharapkan bisa menghasilkan data yang deskriptif, seperti hasil observasi, dan hasil data lainnya.

Perlunya media promosi adalah permasalahan yang ada pada PT. Pabrik Genteng & Batu Bata Bambe. Media promosi ini akan menjadi sarana pendukung dari PT. Pabrik Genteng & Batu Bata Bambe untuk memperkenalkan produknya sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang lebih banyak.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh PT. Pabrik Genteng & Batu Bata Bambe diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Skema Pengerjaan
Sumber: Hasil olahan penulis

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Creative Brief

CreativeBrief adalah sebuah pendekatan komunikasi yang dilakukan secara antarmuka atau *face to face*. Merupakan penjelasan secara ringkas untuk mendapatkan gambaran tentang permasalahan yang dihadapi oleh PT. Pabrik Genteng & Batu Bata Bambe. *CreativeBriefing* dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan pengerjaan. Beberapa data yang dibutuhkan selama *briefing* diantaranya adalah untuk menentukan seperti apa stationery set yang akan dibuat, apa yang ingin ditunjukkan, dan lain sebagainya.

3.2.2 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek yang dituju. Pengamatan ini dilakukan untuk mendapatkankarakteristik PT.Pabrik Genteng & Batu Bata Bambedalam menentukan gambaran permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

Dalam proses observasi, penulis melakukan analisa profil dari perusahaan. Proses ini dilakukan agar dapat mengetahui karakteristik utama dari perusahaan. Keunikan karakteristik dari perusahaan dapat digunakan dalam merancang stationery set.

3.2.3 Wawancara

Wawancara ini merupakan salah satu bagian dari observasi untuk dapat menentukan apa yang diinginkan oleh perusahaan. Wawancara adalah teknik pengumpulan data secara langsung terhadap responden utama dan pendukung. Wawancara secara langsung dengan pemilik perusahaan. Wawancara dibutuhkan untuk mendapatkan data yang lengkap dengan bertatap muka langsung. Dari sini akan memperoleh data tentang seberapa penting stationary set bagi PT. Pabrik Genteng & Batu Bata Bambe.

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini menggunakan teknik analisis kualitatif. Menurut Moleong (2007:248), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja menggunakan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitiannya kepada orang lain.

Setelah melakukan kreatif briefing, wawancara dan observasi, penulis mengambil beberapa data yang dibutuhkan untuk menunjang pembuatan konsep stationery set, diantaranya:

1. Data yang berkenaan dengan perusahaan.
2. Produk yang diproduksi oleh perusahaan.

3.4 Hasil Analisis

Berdasarkan analisis yang diperoleh dari hasil kreatif brief dari pihak PT. Pabrik Genteng & Batu Bata bambu berupa gambaran secara ringkas mengenai permasalahan pada stationery set, maka dapat ditentukan hal-hal yang ingin ditonjolkan, apa yang ingin ditampilkan, apa yang ingin dihindari, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, konsep stationery set harus dapat mewakili perusahaan.

Wawancara dan observasi yang telah dilakukan dengan pihak PT. Pabrik Genteng & Batu Bata Bambu ditemukan bahwa konsep stationery set harus bisa menunjukkan karakteristik dari perusahaan, kemudian untuk menentukan desain seperti apa yang ingin digunakan dalam perancangan stationery set

3.5 Konsep

Konsep desain dibuat secara sederhana dengan menyesuaikan beberapa unsur dari hasil briefing. Konsep yang paling diunggulkan adalah dengan memakai pewarnaan yang mencirikan produk dari perusahaan. Ciri khas dari produk perusahaan ini terletak dari warnanya yang memakai warna merah atau coklat.

Jadi, unsur warna tersebut akan diaplikasikan secara keseluruhan maupun beberapa bagian saja dalam media promosi yang ingin digunakan.

