

## **BAB III**

### **METODE PERANCANGAN**

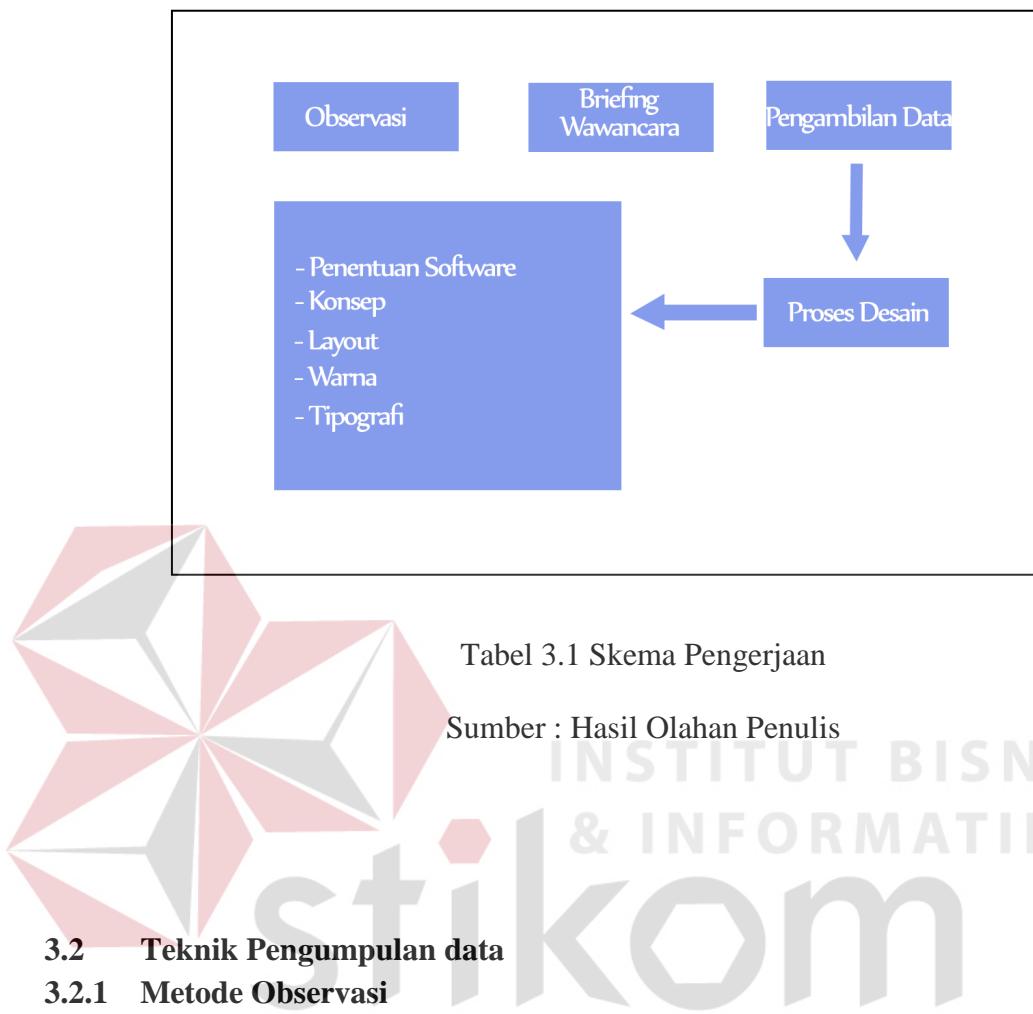
#### **3.1 Metodologi**

Dalam kerja praktik ini, peneliti berusaha menganalisa dan menemukan informasi sebagai jalan keluar untuk permasalahan yang ada pada bimbingan belajar *Bright n' Smart* sebagai klien dari CV. Rombongku dengan berpedoman pada bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, sehingga dapat menjadi pedoman dalam menyelesaikan permasalahan dan menjadi sumber dalam menyusun laporan. Dengan metode penelitian kualitatif ini diharapkan dapat menghasilkan data yang deskriptif.

Permasalahan yang timbul pada bimbingan belajar *Bright n' Smart* yaitu mendesain ulang media promosi khususnya pada lingkup *event* yang bisa mendukung perusahaan untuk mempromosikan jasa yang ditawarkan sehingga dapat menarik konsumen yang banyak dan lebih dimasa yang akan datang.

Media promosi yang didesain tentunya mengikuti perkembangan jaman dan dapat mengkomunikasikan pesan secara jelas serta menonjolkan karakteristik perusahaan agar khalayak mampu mengenali dan menggali informasi dengan mudah.



### 3.2 Teknik Pengumpulan data

#### 3.2.1 Metode Observasi

Metode observasi merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap suatu objek. Dimana pengamatan ini dilakukan secara sistematis dan fokus pada hal tertentu yang di amati.

Observasi adalah langkah awal untuk menentukan permasalahan desain media promosi *event* sebelumnya dan menentukan bagaimana desain yang sesuai untuk Lembaga Bimbingan Belajar *Bright n 'Smart*.

Dalam waktu pelaksanaan selama kurang lebih 1 bulan tersebut saya melakukan kegiatan observasi di divisi grafis melalui bloking waktu :

**a. Minggu ke-1**

Mengamati siklus kerja dan membaur dengan karyawan yang ada di perusahaan.

**b. Minggu ke-2**

Pencarian data perusahaan (Lembaga Bimbingan Belajar Bright n'Smart) dan karakteristik dari Lembaga Bimbingan Belajar tersebut.

**c. Minggu ke-3**

Membuat tema dan konsep tentang desain *event* kemudian memilih warna yang sesuai untuk di gunakan pada *event*. Mencari element desain yang sesuai dengan tema *event* yang akan dibuat. Membuat elementary sketch yang di gunakan untuk desain yang dibutuhkan. Memilih dan mengedit gambar/foto yang akan di gunakan dalam *event* setelah itu Mengedit teks dari format source yang telah disediakan.

**d. Minggu ke-4**

Finishing mengimplementasikan desain :

- a. Memasukkan tiap-tiap elemen grafis dan teks yang telah di buat, sesuai dengan desain *event*.
- b. Membuat masing – masing halaman sesuai dengan tema yang telah di tentukan bagi Lembaga Bimbingan Belajar *Bright n'Smart*.
- c. Memasukkan fungsi-fungsi dari tiap-tiap elemen grafis yang telah di rancang.

### 3.2.2 Briefing dan Wawancara

Briefing merupakan penjelasan-penjelasan secara personal untuk memberikan gambaran secara ringkas mengenai permasalahan perusahaan. Pada dasarnya pengarahan yang dilakukan adalah pengarahan yang ada kaitannya dengan pelaksanaan tugas sesuai dengan tujuan. Briefing merupakan bagian dari observasi untuk menentukan apa yang diinginkan oleh Lembaga Bimbingan Belajar Bright n'Smart. Diantaranya apa yang ingin ditonjolkan, apa yang ingin ditampilkan, apa yang ingin dihindari, dan lain sebagainya.

Metode wawancara merupakan metode yang di gunakan untuk mencari data dengan melakukan interaksi dan komunikasi secara langsung (tatap muka) dengan orang yang berkaitan dan dapat mendukung perancangan. Metode ini di laksanakan dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pembimbing kerja praktik, bagian HRD Personalia dan para karyawan Lembaga Bimbingan Belajar *Bright n'Smart*.

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa Lembaga Bimbingan Belajar *Bright n'Smart* membutuhkan sebuah inovasi desain *event* terbaru yang dapat diimplimentasikan dalam media promosi dan dapat lebih menarik pengunjung.

### 3.2.3 Studi Literatur

Metode literatur merupakan pengumpulan data untuk menunjang pengambilan data. Metode literatur akan dilaksanakan dengan mempelajari buku grafis aplikasi desain promosi secara umum, terutama buku-buku tentang desain *event*, juga mencari referensi dari berbagai situs-situs internet.

### 3.3 Teknik Analisis Data

Sebagai landasan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif. Dalam penelitian deskriptif, analisis data tidak keluar dari lingkup sampel. Penelitian deskriptif bersifat deduktif, berdasarkan teori atau konsep yang bersifat umum, diaplikasikan untuk menjelaskan tentang seperangkat data atau dapat juga menunjukkan komparasi atau hubungan seperangkat data dengan seperangkat data lain. Deskriptif juga merupakan penafsiran data yang dilakukan dengan penalaran yang didasarkan pada data yang telah dikumpulkan. Setelah data-data yang dibutuhkan telah terkumpul, dilakukan pengolahan atau analisis data yang mencakup reduksi data, kategorisasi, sintesisasi, dan menyusun hipotesa kerja atau kesimpulan (Moleong, 2006:288).

Teknik reduksi data merupakan penyederhanaan jawaban dari seluruh pertanyaan yang telah diajukan kepada pihak-pihak tertentu dalam teknik pengumpulan data. Kategorisasi adalah upaya memilah-milah data yang diperoleh dengan mencari kesamaan. Selanjutnya dicari kaitan antara data yang satu dengan lainnya dalam proses sintesisasi dan yang terakhir adalah membuat kesimpulan menjadi satu pernyataan yang menjawab pertanyaan penelitian.

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi atau survei, dan studi literatur yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi-materi tersebut dan memungkinkan penyajian data yang sudah ditemukan.

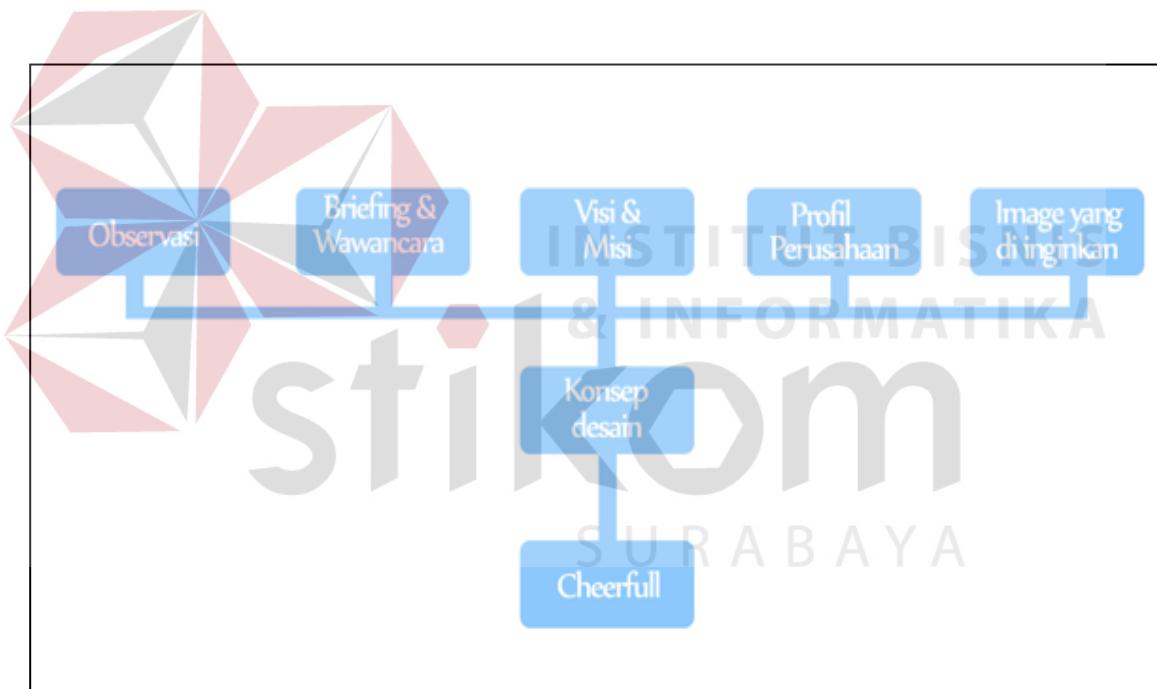
Setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul, baik melalui metode wawancara, observasi atau survei, dan studi literatur maka dibuat beberapa rancangan desain media promosi yang sesuai dengan karakter dan konsep yang akan diangkat oleh perusahaan Bright n' Smart.

### 3.4 Hasil

Metode ini merupakan proses tanya jawab lisan yang berfungsi untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang ada dibimbingan belajar Bright n' Smart. Dari hasil wawancara dan observasi peneliti mendapatkan data yang dapat digunakan dalam penentuan konsep desain yang nantinya akan digunakan dalam proses produksi.

### 3.4.1 Konsep

Setelah melakukan proses pengumpulan data yang nantinya digunakan dalam konsep desain media promosi lembaga bimbingan belajar Bright n' Smart. Dari berbagai data yang di dapatkan maka dapat di tarik beberapa keyword yaitu kegembiraan dan semangat sehingga dapat di simpulkan konsep yang di pakai adalah *cheerful*. Dari beberapa keyword tersebut mendukung tercapainya konsep desain yang di peroleh dari permasalahan yang ada dan data-data yang telah di kumpulkan.



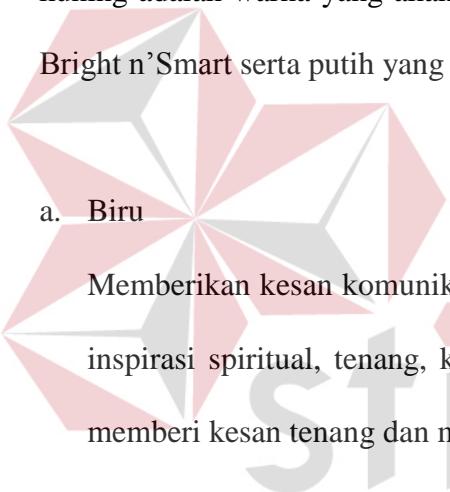
Tabel 3.2 Bagan atau Skema Penentuan Konsep Desain Merchandise

Sumber : Hasil Olahan Penulis

### 3.4.2 Warna

Warna adalah unsur seni yang mudah menyentuh jiwa manusia. Oleh karena itu banyak kemungkinan yang kita capai dalam bergaul dengan warna.

Sesuai dengan konsep yang akan diusung di dalam perancangan desain merchandise Lembaga Bimbingan Belajar Bright n'Smart, maka sebagian besar warna yang akan digunakan adalah biru, kuning dan hijau. Biru merupakan warna yang menggambarkan karakteristik dari Lembaga Bimbingan Belajar Bright n'Smart, kuning adalah warna yang akan mewakili kenyamanan Lembaga Bimbingan Belajar Bright n'Smart serta putih yang merupakan warna text yang akan digunakan.



#### a. Biru

Memberikan kesan komunikasi, peruntungan yang baik, kebijakan, perlindungan, inspirasi spiritual, tenang, kelembutan, dinamis, air, laut, kreativitas. Warna ini memberi kesan tenang dan menekankan keinginan.

#### b. Kuning

Warna kuning memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Dengan kata lain warna ini juga mengandung makna optimis, semangat dan ceria. Dari sisi psikologi keberadaan warna kuning dapat merangsang aktivitas pikiran dan mental. Warna kuning sangat baik digunakan untuk membantu penalaran secara logis dan analitis sehingga individu

penyuka warna kuning cenderung lebih bijaksana dan cerdas dari sisi akademis, mereka lebih kreatif dan pandai menciptakan ide yang original.

c. Hijau

Warna hijau adalah warna yang identik dengan alam dan mampu memberi suasana tenang dan santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna hijau sangat membantu seseorang yang berada dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu dalam menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Hal ini diyakini sebagai efek rileksasi dan menenangkan yang terkandung dalam warna ini.

d. Merah

Warna merah memberi arti gairah dan memberi energy dan menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Dalam psikologi warna merah merupakan simbol dari energi, gairah, *action*, kekuatan dan kegembiraan. Dominasi warna merah mampu merangsang indra fisik seperti meningkatkan nafsu makan dan gairah seksual.

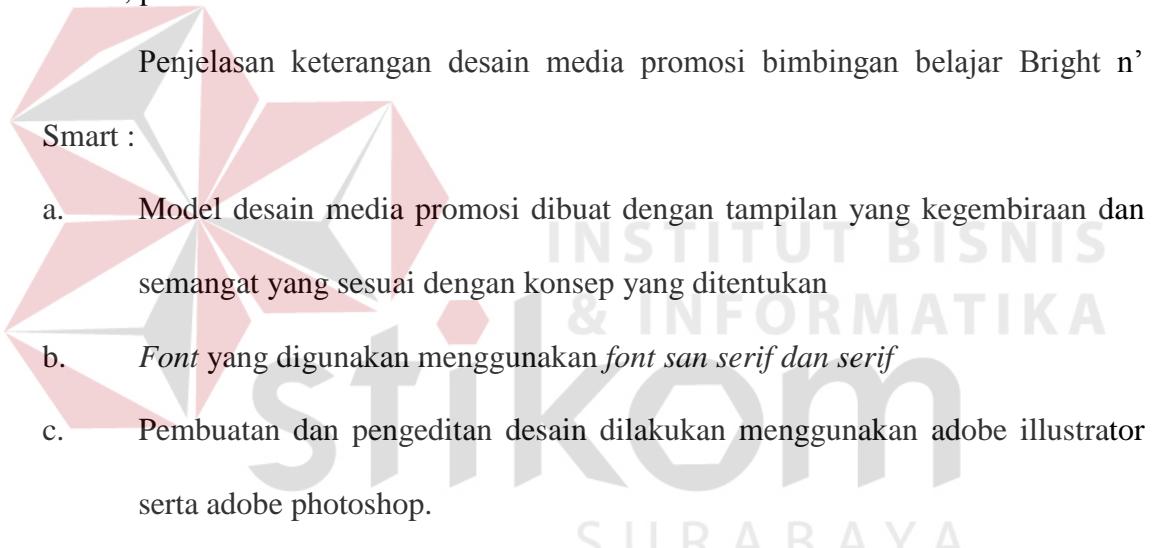
### 3.4.3 Tipografi

Untuk memudahkan dalam keterbacaan dan mampu menarik perhatian masyarakat untuk membaca, maka di setiap desain akan menggunakan jenis *font san*

*serif* dan *serif*. Jenis font *san serif* dan *serif* di pilih karena untuk mencocokkan dengan tema setiap event yang nantinya akan di adakan. Dengan menggunakan 2 jenis *font* tersebut diharapkan agar timbul kesan yang beragam namun tetap menggunakan konsep yang sama.

### 3.5 Perancangan

Dasar dari perancangan sebuah desain adalah latar belakang desain, konsep desain, pesan desain dan media desain.

- 
- Penjelasan keterangan desain media promosi bimbingan belajar Bright n' Smart :
- a. Model desain media promosi dibuat dengan tampilan yang kegembiraan dan semangat yang sesuai dengan konsep yang ditentukan
  - b. *Font* yang digunakan menggunakan *font san serif* dan *serif*
  - c. Pembuatan dan pengeditan desain dilakukan menggunakan adobe illustrator serta adobe photoshop.