

## BAB III

### METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA

Pada BAB III ini, menjelaskan tentang perancangan karya dalam proses pembuatan interaktif *company profile perusahaan jasa konstruksi CV. Berkat Anugera*. BAB III ini menjelaskan konsep atau pokok pikiran utama yang menjadi dasar rancangan karya yang akan dibuat atau biasa dikenal sebagai proses pra-produksi.

Metode penelitian yang digunakan dalam proses pembuatan interaktif *company profile* ini dilakukan berdasarkan metode SDLC (*System Development Life Cycle*) dimana SDLC didefinisikan oleh Dewan Perwakilan AS sebagai sebuah proses pengembangan software yang digunakan oleh analis sistem, untuk pengembangan sebuah sistem informasi.

SDLC adalah metodologi umum dalam siklus pengembangan sistem, dan merupakan penyusunan suatu sistem yang baru untuk menggantikan sistem yang lama dengan atau memperbaiki sistem yang sudah ada. SDLC meliputi fase-fase *planning* atau perencanaan, analisa, desain, implementasi (*build and coding*), pengujian (*testing*), dan pemeliharaan (*maintenance*).

#### 3.1 Tahap Perencanaan Karya/*Planning*

Untuk menghasilkan karya multimedia interaktif yang tepat guna, diperlukan perencanaan matang yaitu dengan melakukan studi kelayakan tentang metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Studi kelayakan yang dilakukan

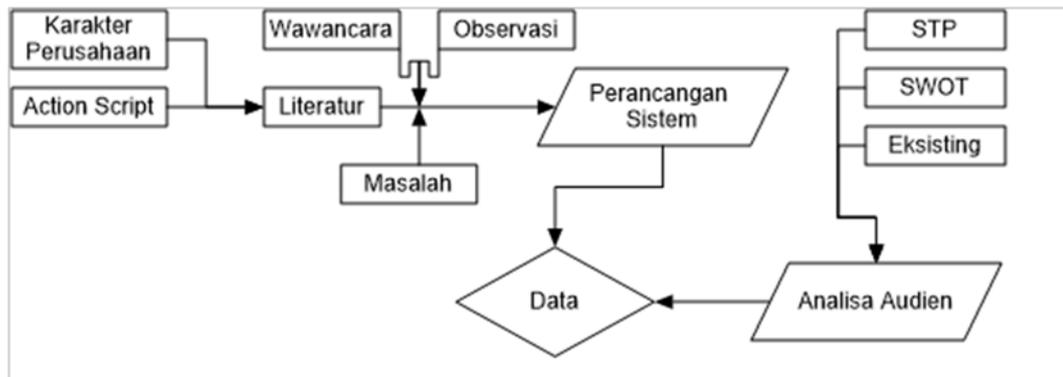
diantaranya adalah metode pengumpulan data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

### **3.1.1 Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi dan membuat alur perancangan yang akan dilaksanakan, agar dalam proses pencarian data tidak terjadi penyimpangan dalam mengemukakan tujuan yang ingin dicapai. Dalam tahap ini, rancangan perencanaan yang dilakukan dalam pembuatan tugas akhir ini dapat dilihat dalam diagram metodologi perancangan berdasarkan metode SDLC.

### **3.1.2 Sumber Data**

Setelah melakukan identifikasi dan membuat identifikasi dan membuat alur perancangan dalam proses pengumpulan data, langkah selanjutnya yang dilakukan dalam proses pembuatan interaktif ini yaitu menentukan sumber data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, sebagian besar merupakan data sekunder atau data matang yang sudah diolah, data diperoleh dengan mengambil data-data laporan, catatan-catatan, dan hasil penelitian atau kajian terdahulu yang berhubungan langsung dengan masalah yang dibahas. Sumber data tersebut diantaranya bersumber dari buku literasi, jurnal ilmiah, dokumen pemerintahan, dokumentasi penelitian, hingga interaktif beberapa ahli di bidang multimedia.



Gambar 3.1 Diagram Sumber Data dari Perusahaan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

### 3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam pembuatan interaktif company profile ini dilakukan dengan 3 (tiga) cara yaitu : studi pustaka, wawancara, dan observasi.

1. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data dari perpustakaan yang dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku literature, majalah, artikel internet, dan informasi lainya sebagai bahan tinjauan pustaka yang berkaitan penelitian ini.
2. Wanwancara, mencari data dengan cara melakukan tanya jawab pada pihak terkait, yang mempunyai wewenang atas data-data yang berhubungan dengan objek penelitian.
3. Observasi, padatahap ini diadakan kegiatan pengamatan emngenai alur dan navigasi interaktif *company profile* yang akan dibangun, agar dapat menjadi interaktif *company profile* yang memudahkan *user*.

### 3.1.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada proses pembuatan interaktif *company profile* ini menggunakan metode kualitatif, yaitu metode pembahasan yang menganalisis serta membahas permasalahan dalam bentuk kalimat atau kata-kata yang kemudian dilakukan analisis guna mendapat kesimpulan.

Menggunakan metode kualitatif karena data kualitatif bersifat induktif. Artinya, suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, kemudian dikembangkan sesuai dengan pola tertentu untuk menjadi hipotesis.

### 3.2 Tahap Analisis Karya/*Analysis*

Pada tahap analisa ini bertujuan untuk menentukan masalah dalam upaya mencari solusi dan memperbaiki sistem. Sehingga diharapkan dengan dilakukan analisa sistem, maka permasalahan yang ada akan dapat teratasi dan menghasilkan suatu sistem yang sempurna. Tahapan menganalisa sistem yaitu:

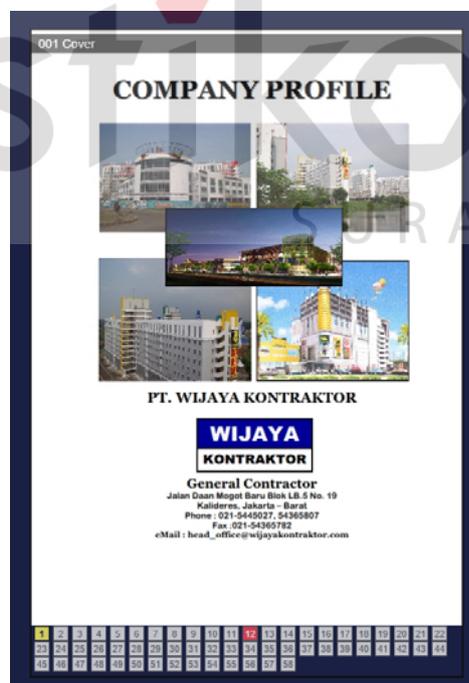
1. *Studi Existing*
2. *SWOT (Strength, Weakness, Oppurtunity, Threat)*
3. *STP (Segmentating, Targeting, Positioning)*
4. *Keyword*
5. *Analisis Warna*

### 3.2.1 Studi Komparasi

Dalam setiap perancangan suatu proyek multimedia, dilakukan proses studi eksisting, yaitu kegiatan menelusuri dan mengamati dengan seksama proyek multimedia yang sudah ada sebelumnya. Objek yang digunakan sebagai studi eksisting bisa dianggap sebagai kompetitor tidak langsung bagi proyek multimedia yang akan diproduksi. Kegiatan ini bermanfaat agar dalam proses pembuatan proyek multimedia, dapat menghasilkan suatu karya yang terbaik, karena telah mempelajari kelebihan, kekurangan, kesempatan dan ancaman (SWOT) proyek multimedia yang sebelumnya telah ada di masyarakat.

Proyek multimedia yang menjadi studi eksisting dalam pembuatan interaktif company profile CV. Berkat Anugerah ini diantaranya, sebagai berikut.

1. Berikut merupakan tampilan depan dari interaktif milik Wijaya Kontraktor



Gambar 3.2 Tampilan PT. Wijaya Kontraktor

Sumber: [www.wijayakontraktor.com](http://www.wijayakontraktor.com)

Tabel 3.1 Tabel Analisa SWOT PT.Wijaya Kontraktor

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
a. Komposisi dalam menu yang sederhana dengan tambahan nomor sebagai tombol di bagian paling bawah layout.	a. Animasi sederhana. b. penjelasan tidak tertera pada menu.
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
a. Dapat menjadi interaktif yang menarik jika peletakan menu disertai penjelasan yang rinci di setiap tombol.	b. Mampu memberi pelayanan jasa yang lebih luas. di sisi lain sudah mampu menjadi perusahaan yang besar.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti.

2. Berikut merupakan tampilan depan dari website milik PT.Milenium Kreasi



Gambar 3.3 Tampilan website PT.Milenium Kreasi

Sumber: [www.mileniumkreasi.com](http://www.mileniumkreasi.com)

Tabel 3.2 Tabel Analisa SWOT PT.Milenium Kreasi

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
a. Desain bangunan yang sudah professional. b. Desain bangunan menarik. c. Gambaran kerja yang lebih terperinci.	a. Animasi sederhana. b. Warna yang mencolok pada menu. c. <i>Background</i> hitam polos dan banyak ruang kosong.
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
a. Dapat menjadi menarik jika warna lebih lembut juga menambah komposisi gambar lebih luas.	a. Mampu memberikan layanan yang menyeluruh di bidang konstruksi.

Sumber: Hasil Olah Peneliti

3. Berikut merupakan tampilan depan dari website milik PT.Haka Visi Sentosa



Gambar 3.4 Tampilan website PT.Haka Visi Sentosa

Sumber: [www.mitrabangunestetika.com](http://www.mitrabangunestetika.com)

Tabel 3.3 Tabel Analisa SWOT PT.Haka Visi Sentosa

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
a. Desain bangunan yang sudah professional. b. Desain yang menarik dengan tampilan 3d slideshow. c. Gambaran kerja yang terperinci.	a. Animasi sederhana. b. Website yang cukup berat yang membuat lama untuk membuka sub menu.
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
a. Dapat menjadi website yang banyak di kunjungi bila lebih cepat dalam proses loading.	a. Penjelasan manajemen perusahaan yang lengkap, disertai tambahan-tambahan yang memudahkan klien untuk membangun.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Setelah melakukan analisa dan kajian pada interaktif *company profile* yang sudah diproduksi dan yang sudah beredar di masyarakat, dapat disimpulkan bahwa desain interaktif *company profile* yang akan diproduksi nanti akan berdasarkan pada beberapa poin berikut ini:

1. Desain disesuaikan dengan pembahasan.
2. Meletakkan objek-objek konstruksi bangunan bertemakan gudang produksi dengan 3D layout.
3. Menu menjelaskan tentang sejarah, misi & visi perusahaan

Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT Interaktif *Company Profile* CV. Berkat Anugerah

Faktor Internal	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tampilan yang interaktif</li> <li>b. Aplikasi lebih mudah dipahami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Media penyampaian tentang konstruksi di perusahaan belum menyeluruh.</li> </ul>
Faktor Eksternal		
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	Strategi <i>SO</i>	Strategi <i>WO</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menarik minat <i>user</i></li> <li>b. Animasi dari angle kamera yang lebih menarik.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tampilan yang interaktif dan mudah dipahami dapat menarik minat <i>masyarakat</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kesempatan terbuka untuk membuktikan perusahaan dengan interaktif menu yang menarik.</li> <li>b. alur animasi yang dapat menunjukkan kelengkapan bangunan.</li> </ul>
Ancaman ( <i>Threat</i> )	Strategi <i>ST</i>	Strategi <i>WT</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Persaingan dengan produk yang sejenis lainnya yang telah beredar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memberi tampilan yang lebih di bagian promosi sehingga dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Desain yang menarik dengan 3D animasi yang belum pernah dibuat untuk perusahaan kontraktor</li> </ul>

Sumber: Hasil Olah Peneliti

### 3.2.2 Segmenting, Targeting, Positioning

Pembagian segmentasi, target audien dan posisi produk sangat diperhatikan agar produk yang akan dihasilkan bisa sesuai dengan kondisi masyarakat sekitar, yang secara tidak langsung dapat membuat produk lebih efisien dalam proses distribusi.

#### 1. Demografis :

- a. Usia = 22-50 Tahun
- b. Jenis kelamin = Laki-laki, perempuan
- c. Ukuran keluarga = 3+

#### 2. Geografis :

- a. Daerah = Perkotaan
- b. Kepadatan = Kota (pusat kota)

#### 3. Target *Audiens*

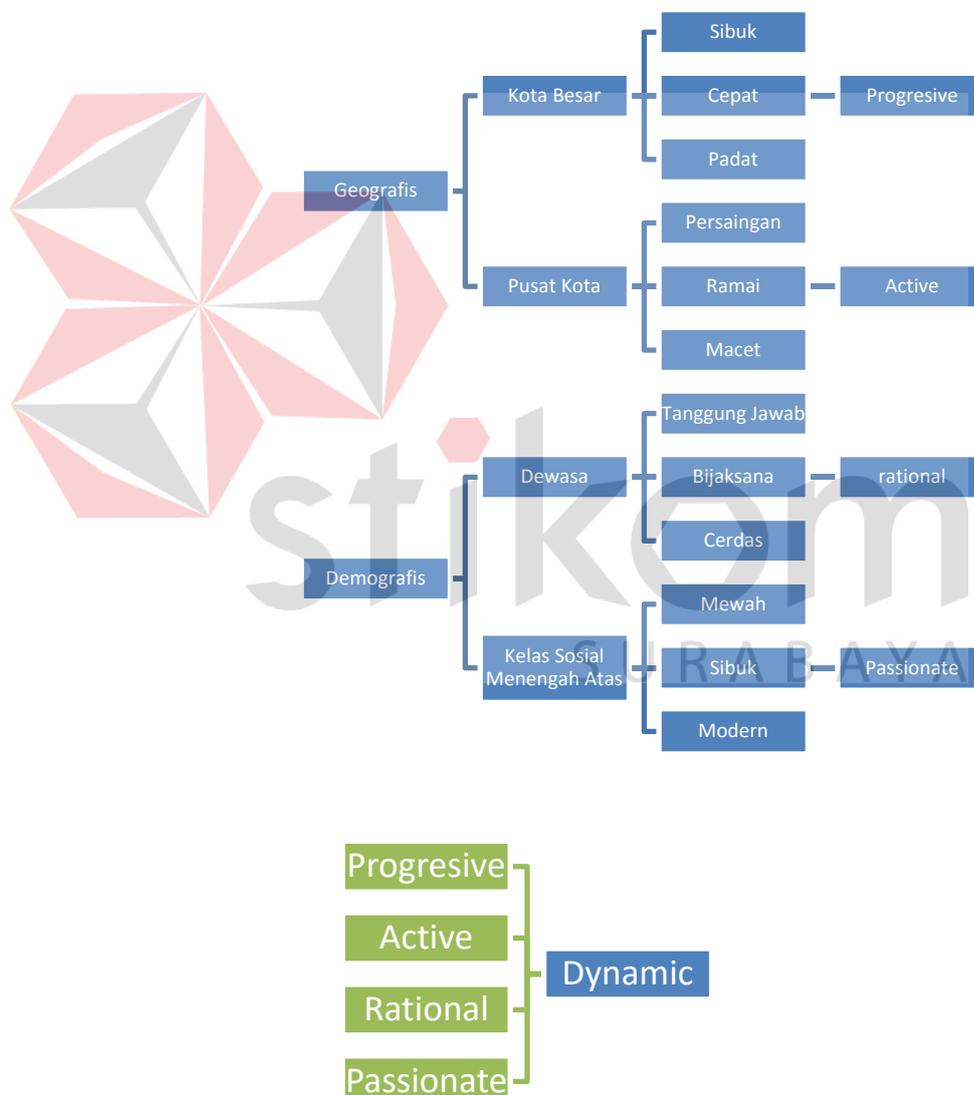
Target *audiens* media promosi yaitu masyarakat umum pemilik, pabrik dan kontraktor di bidang konstruksi yang ingin memakai jasa CV. Berkat Anugerah.

#### 4. Positioning

media ini menjembatani antara klien dan perusahaan namun media ini harus tau bagaimana perkembangan dalam hal kekuatan dan desain bangunan para klien saat ini akan meminta jasa perusahaan CV. Berkat Anugerah karena gaya hidup yang berbeda membuat mereka ingin sesuatu yang lebih dari yang CV. Berkat Anugerah tawarkan.

### 3.2.3 Analisa Keyword

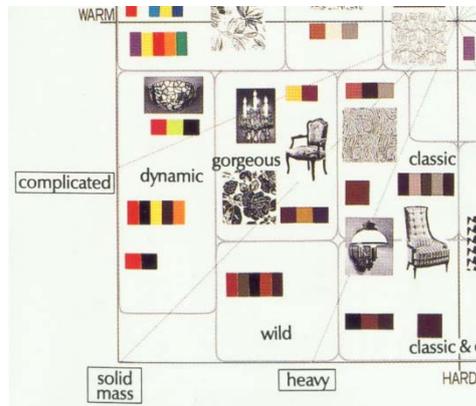
Sebelum melakukan langkah-langkah produksi lain, tahap selanjutnya adalah melakukan kajian dan analisa *keyword* yang digunakan sebagai acuan desain yang akan diterapkan dalam interaktif *company profile*. Hasil akhir *keyword* diperoleh berdasarkan kajian STP yang telah ditentukan sebelumnya. Diagram alur keyword interaktif *company profile* ini, dijabarkan dalam gambar.



Gambar 3.5 Diagram alur keyword yang digunakan

Sumber: Hasil olahan peneliti

### 3.2.4 Pemahaman Keyword



Gambar 3.6 Gambar Teori Warna untuk *Interior Design*

Sumber: COLORIST Shigenobu Kobayashi

Pada gambar 3.6 terdapat point penting, yaitu warna panas dan warna dingin juga warna yang keras juga lembut, keyword *dynamic* pada gambar 3.6 menggambarkan point *heavy*, *solid mass*, *complicated*, yang artinya sesuai dengan pekerjaan berat dan sulit yang menjadi tantangan bagi perusahaan CV. Berkat Anugerah yang merupakan aktifitas yang menjadi rutinitas bagi setiap para pekerja konstruksi bangunan.

### 3.2.5 Analisa Warna

Berdasarkan warna-warna pada *color chart kobayashi*, warna yang sesuai dengan keyword yang dibutuhkan mengarah pada daerah (lihat gambar 3.6).



Gambar 3.7 Diagram Warna Kobayashi

Sumber: COLORIST Shigenobu Kobayashi

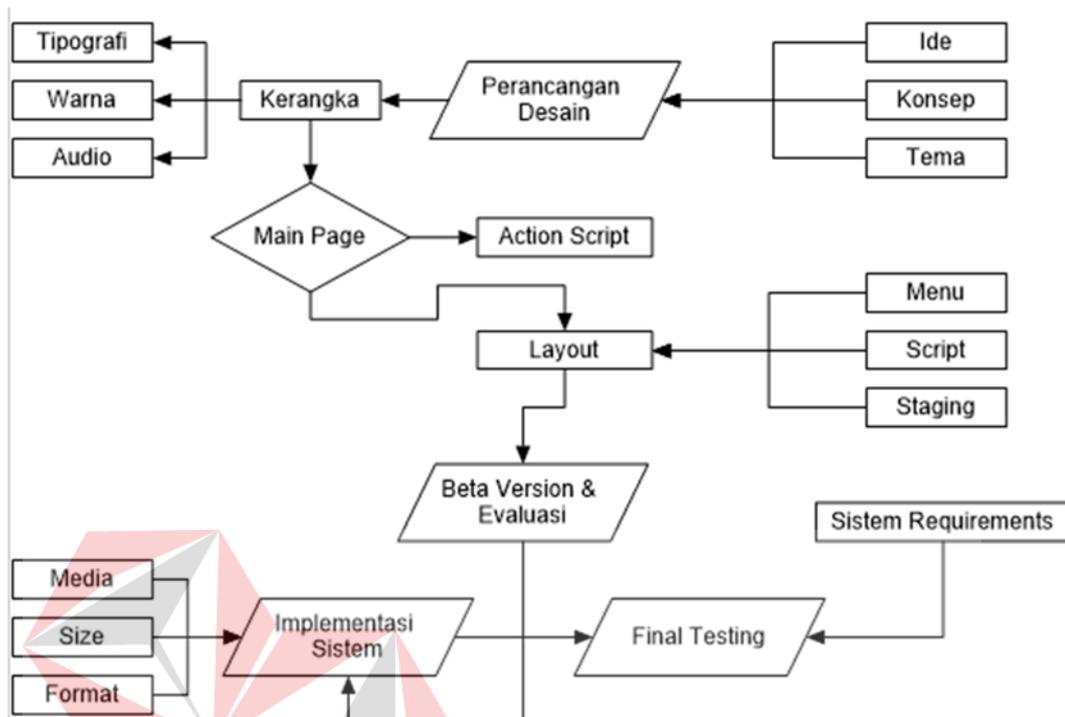
Warna dengan sifat di atas disertakan dalam desain yang akan diterapkan karena warna ini memiliki hubungan yang erat. Sifat *active* sesuai dengan lingkungan kota besar yang banyak mengacu pada stress dan kesibukan yang tinggi di lingkungan masyarakat kota besar. Warna *dynamic* juga mendukung pembuatan

interaktif ini karena warna-warnanya yang tegas untuk mencitrakan bangunan yang kokoh dan berkualitas.

### 3.3 Tahap Perancangan

Tahap perancangan merupakan salah satu tahapan yang penting dalam pembuatan suatu karya multimedia. Pada tahap ini, terdapat beberapa teknis perancangan yang diperlukan untuk menerjemahkan metode perancangan yang telah dibuat dan kemudian akan diaplikasikan secara penuh di semua bagian yang telah di rencanakan. Teknis perancangan yang diperlukan, diantaranya adalah ide, konsep, sinopsis, dan alur perancangan aplikasi.

1. Ide awal pembuatan interaktif *company profile* perusahaan ini berkembang saat dimana banyak dari interaktif *company profile* perusahaan konstruksi yang menggunakan desain 2d, saat ini desain sudah termasuk bagian dari hal yang dapat dilihat dan diperluakan sebagai suatu pencitraan suatu objek, dengan membuat desain yang dengan objek 3D akan membuat keseluruhan objek terlihat nyata dan membuat masyarakat bisa melihat secara langsung bagaimana bentuk dan ruang yang telah dibuat oleh perusahaan CV. Berkat Anugerah sebagai implementasi kerja keras perusahaan CV. Berkat Anugerah, dengan penyampain pesan yang jelas dan padat agar tersampaikan secara jelas tujuan perusahaan, berikut merupakan gambar diagram alur konsep dan metode perancangan (lihat gambar 3.7).

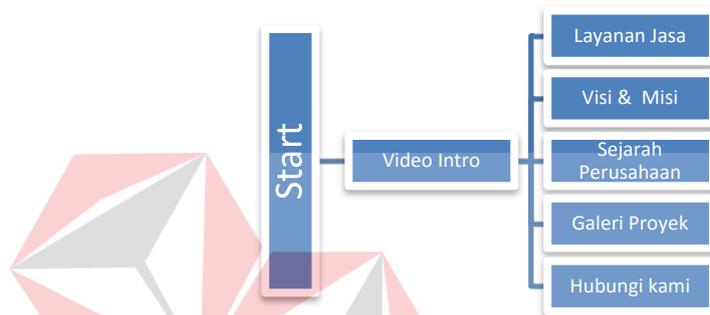


Gambar 3.8 Diagram Perancangan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

2. Konsep interaktif *company profile* CV. Berkat Anugerah adalah sebagai berikut:
  - a. Menampilkan serangkaian video dengan angle-angle tertentu menyorot pada objek tertentu.
  - b. Mengutamakan bentukan dari objek.
  - c. Menu di letakkan pada bagian tertentu objek, dan bila objek di klik akan pindah ke angle dimana menu yang di pilih akan muncul.
  - d. desain dengan menggunakan tema perusahaan konstruksi dengan objek-objek utama dalam pembuatan bangunan seperti besi, batu bata, pasir dan lain sebagainya.

- e. kontennya jelas tidak terlalu terlalu banyak sub menu karena menonjolkan informasi perusahaan CV. Berkat Anugerah secara sederhana.
3. Alur rancangan aplikasi menjelaskan alur atau tahapan yang akan dilakukan *user* saat menjalankan aplikasi interaktif ini. Pada alur rancangan interaktif *company profile* CV. Berkat Anugerah, ditunjukkan pada diagram berikut.



Gambar 3.9 Diagram Alur Rancangan Aplikasi

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

4. Layout yang dengan tantangan item dan konten yang ditempatkan pada posisi tertentu untuk membentuk suatu desain yang sesuai dengan *keyword* dan bersifat user-friendly. Untuk Intro utamanya akan ditampilkan sebuah gerbang dengan sebuah kamera yang berjalan menyusuri wilayah pabrik. Berikut merupakan sketsa layout yang akan digunakan pada media interaktif

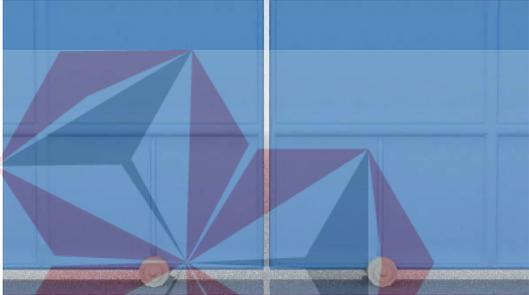


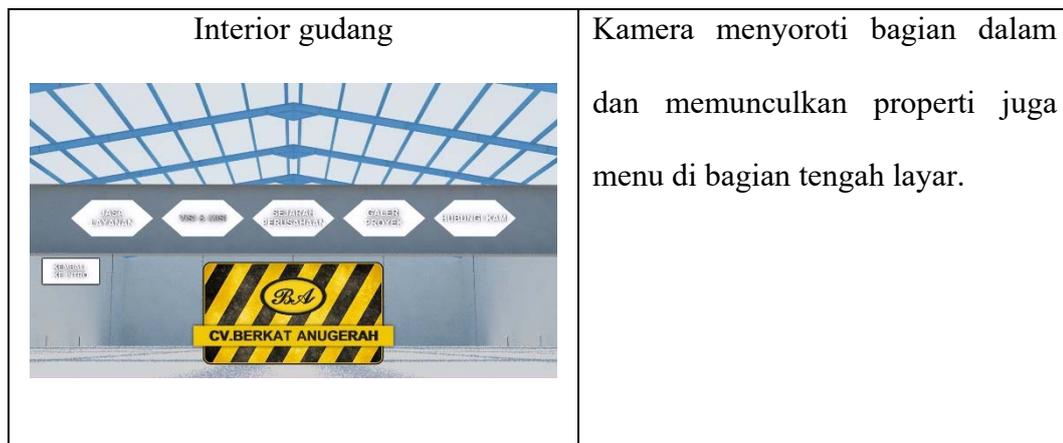
Gambar 3.10 Sketsa Layout

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

5. Tahap pra-produksi pembuatan karya berisi gambaran dan alur yang akan dibuat, untuk memudahkan dalam proses produksi. Perancangan karya dijabarkan dalam bentuk penggalan *storyboard* dan narasi berikut.

Tabel 3.5 Tabel *Storyboard*

<p style="text-align: center;">Tampilan utama</p> 	<p>Pintu masuk gerbang sebuah pabrik yang diibaratkan sebagai awal mula pekerjaan di mulai dengan membuka sebuah pintu.</p>
<p style="text-align: center;">Tambahkan objek</p> 	<p>Tambahan objek sebagai pelengkap narasi sebagai properti tambahan yang dipakai dalam proyek konstruksi.</p>
<p style="text-align: center;">Mengarah ke gudang</p> 	<p>Kamera menyoroti pembukaan pintu sebelum masuk ke menu utama.</p>



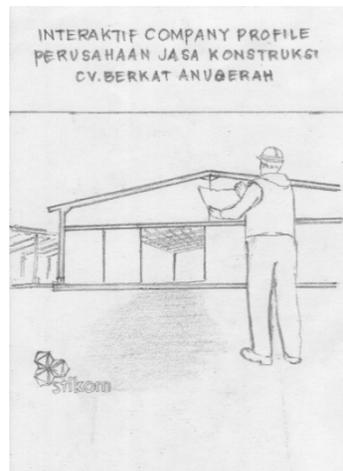
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

### 3.4 Tahap Publikasi

Tahap publikasi merupakan tahap perancangan kemasan atau packaging yang digunakan sebagai sarana promosi. Desain dan konten yang terdapat pada kemasan CD interaktif harus memberikan informasi yang jelas tentang apa saja kandungan yang terdapat pada CD interaktif, serta dapat membuat konsumen tertarik dengan konten didalamnya, sehingga dapat di kenal dan dapat diterima masyarakat luas, Tahap publikasi meliputi perancangan poster, cover box CD, dan cover cakram CD.

#### 1. Poster

Konsep desain poster yang di gunakan bersifat memperkenalkan, menampilkan seorang pekerja konstruksi yang sedang menunjuk bangunan gudang pabrik dan memegang sebuah blue print hasil perhitungan dan perencanaan designer, yang secara tidak langsung mencerminkan hasil dari apa yang telah dikerjakan di hasilkan dari proses yang bertahap dan selalu dalam pengawasan para ahli.

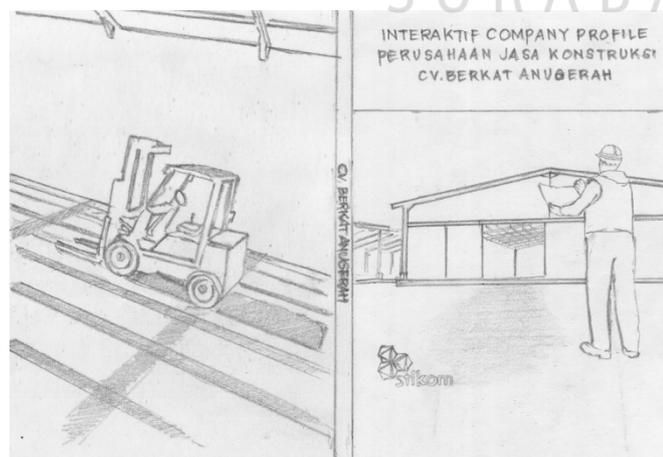


Gambar 3.11 Sketsa Poster

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

## 2. *Cover Box CD*

Konsep depan bagian depan *cover box* CD pada bagian depan disamakan dengan desain poster, yang membedakan hanya pada bagian belakang cover terdapat gambar *forklift* Berikut sketsa *cover box* CD.



Gambar 3.12 Sketsa Cover CD

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

### 3. Cover Cakram CD

Desain pada *cover* cakram CD meliputi bangunan gedung dan *delivery truck* yang berada berdampingan, tetapi pada jarak pandang yang berbeda, bagian yang berjauhan satu sama lain, ditambah logo perusahaan CV. Berkat Anugerah tercantum di bagian atas cakram CD (lihat gambar 3.13).



Gambar 3.13 Sketsa Cakram CD

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

### 4. Gantungan Kunci

Desain sederhana di terapkan pada gantungan kunci, yang pada fungsinya gantungan kunci mudah terlihat bagi orang yang mencarinya, helm konstruksi di letakkan pada bagian tengah dan pada pinggir linggaran di letakkan tulisan perusahaan yang melingkar (lihat gambar Gambar 3.14).



Gambar 3.14 Sketsa Cakram CD

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

## 5. Baju

Baju membawa simbol atau logo perusahaan yang di bordiri di bagian kanan dada, melambangkan jiwa pekerja keras yang di miliki perusahaan CV. Berkat Anugerah.



Gambar 3.15 Sketsa Cakram CD

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

## 6. Topi

Panas yang menyengat di siang hari dapat di tahan dengan topi dengan bordir logo dan nama perusahaan di bagian dahi topi.



Gambar 3.16 Sketsa Cakram CD

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

## 3.5 Jadwal Kegiatan Kerja

Berikut adalah jadwal kerja dalam pembuatan proyek Tugas Akhir Interaktif Company Profile Perusahaan Jasa CV. Berkat Anugerah Berbasis 3D Layout, berdasarkan perhitungan awal pengembangan ide dan konsep, desain layout, desain tombol, rigging, sampai dengan tahap uji coba melihat sejauh mana pengerjaan dapat berjalan sebagaimana sesuai ide dan konsep yang telah dibuat telah di jabarkan sebagai berikut (lihat tabel 3.6).

Tabel 3.6 Tabel Jadwal Kegiatan Kerja

No	Rencana Kegiatan	Bulan											
		November				Desember				Januari			
		Minggu				Minggu				Minggu			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Ide dan Konsep												
2	<i>Interaktif Desain</i>												
3	<b>Produksi</b> ( <i>Setting Sound,</i> <i>Graphic desain,</i> <i>Script, alpha test</i> )												
4	<i>Play Test dan debugging</i>												
5	<i>Publishing</i>												

Sumber :Hasil Olahan Peneliti

SURABAYA

### 3.7 Anggaran Dana

Berikut adalah rincian anggaran dalam pembuatan proyek Tugas Akhir Interaktif Company Profile Perusahaan Jasa CV. Berkat Anugerah Berbasis 3D Layout, di catat berdasarkan hasil pengeluaran yang digunakan baik dalam penulisan ataupun pengeluaran-pengeluaran dalam hal pengerjaan agar dapat terselesaikan dengan bantuan dana-dana tambahan untuk jumlah mencetak, harga listrik, pembelian komponen-komponen, dan lain sebagainya (lihat tabel 3.7).

Tabel 3.7 Tabel Jadwal Kegiatan Kerja

NO	DESKRIPSI	BIAYA (Rp)
1	LISTRİK	2.000.000
2	POSTER A1 Bingkai	200.000
3	Gantungan Kunci @Rp. 5.000,- (4 Buah)	20.000
4	Baju	60.000
5	Topi x 2	44.000
6	KERTAS A4 - 80 MG	100.000
	<b>Total Biaya</b>	<b>2.424.000</b>

Sumber :Hasil Olahan Peneliti

