

## BAB III

### METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA

Laporan Tugas Akhir pada BAB III ini, menjelaskan tentang isi dari metodologi dan perancangan karya dalam proses pembuatan Interaktif *Company Profile* Keyna Galeri. Pada BAB ini terdapat penjelasan konsep atau pokok pikiran utama yang akan menjadi dasar rancangan karya yang akan dibuat. Adapun metode penelitian yang digunakan untuk proses pembuatan Interaktif *Company Profile* Keyna Galeri ini dilakukan berdasarkan SDLC (*System Development Life Cycle*) dimana SDLC didefinisikan oleh Dewan Perwakilan Rakyat AS sebagai proses pengembangan software yang digunakan oleh analis sistem, untuk mengembangkan sebuah sistem informasi.

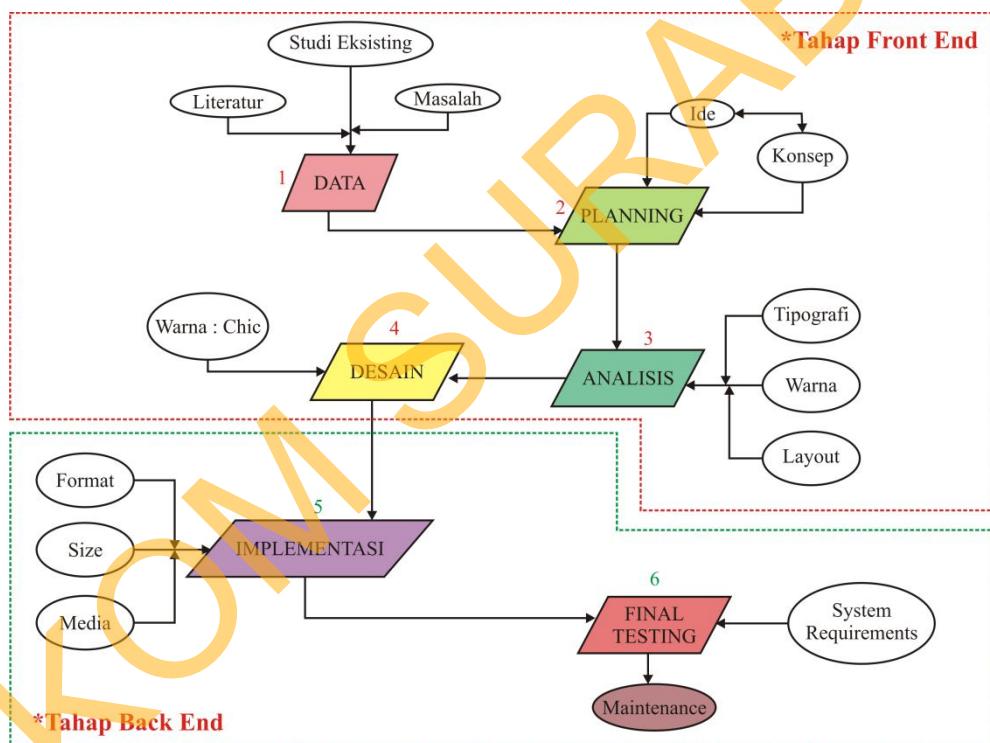
Tahapan-tahapan yang digunakan dalam SDLC diantaranya adalah *planning* atau perencanaan, *analisa*, *desain*, *implementasi*, *Testing* atau pengujian, dan *maintenance* atau perawatan.

#### 3.1 Tahap Perencanaan atau *Planning*

Untuk menghasilkan sebuah interaktif *company profile* diperlukan sebuah perencanaan yang 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 Metode 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 tahapan ini, rancangan perencanaan yang dilakukan dalam pembuatan Tugas Akhir ini dapat dilihat dalam diagram metodologi perancangan berdasarkan metode SDLC pada gambar 3.1 berikut ini:



Gambar 3.1 Diagram Metodologi Perancangan menggunakan Sistem SDLC

### 3.1.2 Sumber Data

Setelah melakukan identifikasi dan membuat alur perancangan dalam proses pengumpulan data, langkah selanjutnya yang dilakukan dalam proses pembuatan interaktif *company profile* ini yaitu menentukan sumber data. Sumber data yang

digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yang diperoleh secara langsung dengan sumber utama meliputi data owner, data-data karya yang ada serta data-data proses pembuatan karya. Adapun data sekunder yang digunakan adalah data yang sudah diolah, data yang 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, wawancara dan juga website beberapa ahli dibidang multimedia.

### 3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan 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 cara membaca dan mempelajari buku literatur, majalah, artikel internet, dan informasi lainnya sebagai bahan tinjauan pustaka yang berkaitan dengan pembuatan interaktif *company profile* ini.
2. Wawancara, mencari data dengan cara melakukan tanya jawab kepada Bapak Karsam selaku owner dan Ibu Sri yang mempunyai wewenang atas data-data yang berhubungan dengan objek penelitian (Keyna Galeri).
3. Observasi juga dilakukan di galeri secara intensive, penulis menginap di galeri selama 2 minggu dan juga mengikuti event yang diadakan oleh pihak Keyna Galeri.

### 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**. Teknik analisis data penelitian kualitatif dilakukan dalam tiga tahap berikut, diantaranya adalah analisis data sebelum di lapangan, analisi data di lapangan, dan data selesai di lapangan.

1. Analisis data sebelum di lapangan, dalam tahapan ini dilakukan analisa terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan arah fokus penelitian. Fokus penelitian dalam tahap ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah melakukan penelitian di lapangan.
2. Analisa selama di lapangan, pada tahap ini analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung melalui wawancara dengan Bapak Karsam, S.Pd., MA., Ph.D selaku pemilik sekaligus pengelola Keyna Galeri serta observasi secara langsung di Keyna Galeri. Pada tahap ini, wawancara dilakukan sampai peneliti memperoleh data yang valid mengenai pentingnya interaktif *company profile* untuk Keyna Galeri.

3. Analisa data setelah di lapangan, pada tahap ini dilakukan kajian-kajian atas data yang telah diperoleh untuk memperoleh sebuah gambaran umum dan menyeluruh dari objek penelitian atau situasi. Proses selanjutnya adalah menyusun dan menentukan hipotesa ataupun kesimpulan sehingga dapat menentukan tema yang akan dihasilkan.

### **3.2 Tahap Analisa**

Tujuan dari analisa sistem adalah untuk menentukan masalah dalam upaya memperbaiki sistem. Sehingga diharapkan dengan dilakukannya analisa sistem, maka permasalahan yang ada akan teratasi dan menghasilkan suatu sistem yang baik.

#### **3.2.1 Studi Eksisting**

Dalam pembuatan suatu interaktif *company profile* dibutuhkan studi eksisting yang berfungsi untuk mengamati sebuah karya yang sudah ada. Objek atau karya yang menjadi sampel studi eksisting akan dikaji mempelajari kelebihan dari sampel yang akan dikaji. Kajian ini dilakukan terhadap beberapa karya yang serupa.

Berikut beberapa sampel yang menjadi studi eksisting dalam pembuatan interaktif *company profile* diantaranya adalah Marc Ecko, Emm and Enn, dan The Beatles rock band.

1. Marc Ecko ([www.marcecko.com](http://www.marcecko.com)) adalah salah satu interaktif galeri. Dapat diperhatikan dalam gambar 3.2 yang berupa hasil screen shot dari interaktif Marc Ecko.



Gambar 3.2 Screen shot Interaktif Web Marc Ecko

Berikut ini adalah penjelasan tentang interaktif web Marc Ecko yang merupakan interaktif web galeri yang menggunakan teknik *parallax*. Setelah memperhatikan web Marc Ecko teknik *parallax* diaplikasikan pada halaman utama dengan menampilkan profil Marc Ecko, galeri karya-karyanya, alamat blog, dan facebooknya.

Dengan menggerakkan mouse ke arah yang ingin dituju maka gambar pada halaman ikut bergerak berlawanan dengan mouse. Pada bagian atas terdapat *Hidden Menu* apabila mouse menuju kearah menu barulah menu itu keluar dan berisikan sama dengan menu yang diwakili oleh gambar pada halaman utama.

Apabila kita memilih menu yang ada dihalaman utama maka akan langsung diarahkan kehalaman baru sesuai dengan yang dipilih, namun pada halaman isi dari menu teknik *parallax* tidak digunakan dan digantikan dengan animasi-animasi.

2. Emm and Enn ([www.emmandenn](http://www.emmandenn)) sebuah interaktif *art gallery* yang juga menggunakan teknik *parallax*. Dapat diperhatikan dalam gambar 3.3 yang berupa hasil screen shot dari interaktif Emm and Enn.



Gambar 3.3 Screen shot Interaktif Web Emm and Enn

Berikut ini adalah penjelasan tentang interaktif web Emm and Enn. Interaktif web Emm and Enn merupakan website yang berisikan karya-karya seni dan juga berupa galeri. Pada saat awal membukanya pada halaman awal sudah disajikan suasana sebuah ruangan dengan adanya meja kecil yang dibaliknya ada seorang anak balita dan sebuah tanaman bonsai. Pada awan-awan ruangan digunakan untuk peletakan menu dan juga nama websitenya,

sedangkan pada dinding yang searah dengan mata ada sebuah *banner* yang mengambarkan pemandangan dan ada anak kecil yang sedang bermain, pada bagian *banner* inilah terdapatnya teknik *parallax*. Pada saat memilih menu lainnya tidak ada lagi tampilan *parallax* melainkan menampilkan halaman yang berisikan hasil karya, info kegiatan, dan beberapa artikel-artikel.

3. The Beatles Rock Band ([www.thebeatlesrockband.com](http://www.thebeatlesrockband.com)) merupakan sebuah website yang terdapat teknik *parallax* pada bagian *header*. Web ini berisikan promosi game tentang band The Beatles. Teknik *parallax* dalam web ini yang diaplikasikan pada header selalu tampil dalam setiap halaman 1 dengan halaman lainnya. Berikut screen shot website tersebut yang akan ditampilkan pada gambar 3.4.



Gambar 3.4 Screen shot Interaktif Web The Beatles Rock Band

Setelah melakukan analisa dan kajian pada interaktif yang sudah diproduksi dan yang sudah beredar di masyarakat, dapat disimpulkan bahwa desain interaktif

*company profile* Keyna Galeri yang diproduksi nanti akan berdasarkan beberapa poin berikut ini:

1. Desain yang disesuaikan dengan ciri khas Keyna Galeri.
2. Penggunaan teknik *parallax* secara keseluruhan.
3. Memberikan materi informasi lengkap tentang Keyna Galeri.

### **3.2.2 STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)**

Pada dasarnya Keyna Galeri diperuntukan kepada semua kalangan. Namun demikian pada pembuatan *company profile* ini ditekankan kepada usia 15-45 tahun. Atas dasar usia 15 tahun sudah diperkenalkan teknologi komputer dan usia 15 tahun ini ada dibangku Sekolah Menengah Pertama atau kelas 9. Pembagian segmentasi, target audien dan posisi interaktif sangat diperhatikan agar interaktif yang akan dihasilkan bisa sesuai dengan kondisi masyarakat sekitar, yang secara tidak langsung dapat membuat interaktif *company profile* lebih efisien dalam proses distribusi. Pembagian STP pada CD interaktif ini dibagi dalam dua segmen, yaitu segmentasi secara demografis dan geografis.

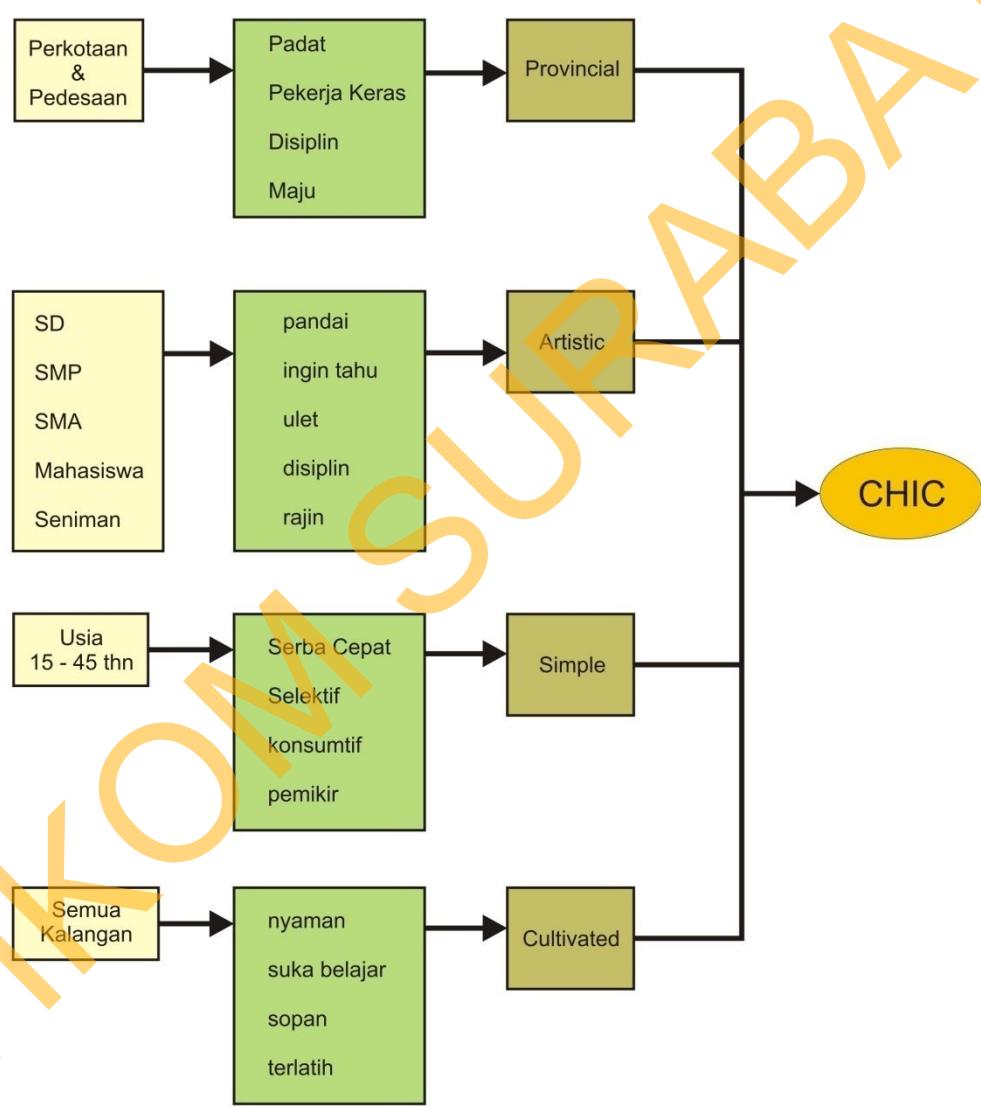
1. Demografis:
  - a. Usia: 15-45 Tahun.
  - b. Jenis kelamin: laki-laki, perempuan.
  - c. Kelas Sosial: Semua Kalangan (dari anak-anak sampai dengan dewasa)
2. Geografis:
  - a. Negara: Indonesia
  - b. Daerah: Perkotaan dan Pedesaan

3. Target audien interaktif ini adalah semua kalangan dari Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, Mahasiswa, Para Seniman dan masyarakat pecinta seni.
4. *Positioning*, interaktif ini dibuat untuk memberikan informasi tentang jati diri Keyna Galeri, dapat memperkenalkan profil Keyna Galeri pada khalayak umum dengan mudah, untuk mempermudah *audience* dalam memahami dan mengenal lebih jauh tentang profil lembaga, dan mampu membangun citra Keyna Galeri.

STIKOM SURABAYA

### 3.2.3 Keyword

Keyword atau kata kunci, pada gambar 3.5 ini merupakan hal penting dalam mencari poin utama proyek penelitian, dan dengan meninjau kembali hasil dari STP.



Gambar 3.5 Diagram alur Keyword yang digunakan

Berdasarkan bagan di atas, hasil analisis dalam pencarian *keyword* adalah kata *chic*. *Keyword chic* ini jika dilambangkan dengan warna dapat diartikan *fashionable*. Nuansa warna-warna inilah yang akan diterapkan pada nuansa di dalam interaktif *Company Profile*.

### 3.2.4 Analisis Warna

Berdasarkan gambar 3.6 warna-warna pada *color Kobayashi*, warna yang sesuai dengan keyword yang dibutuhkan mengarah pada daerah *provincial, chic*.



Gambar 3.6 Diagram Warna Kobayashi

Warna dengan sifat *provincial* juga disertakan dalam desain yang akan diterapkan karena warna ini memiliki hubungan dengan Keyna Galeri. Dari kata *provincial* yang diartikan provinsi, Keyna Galeri ingin dikenal lebih luas lagi dan ingin semua khalayak tau tentang galeri ini. Sehingga dalam pembuatan interaktif *company profile* harus dapat memberikan informasi yang jelas kepada seluruh lapisan masyarakat.

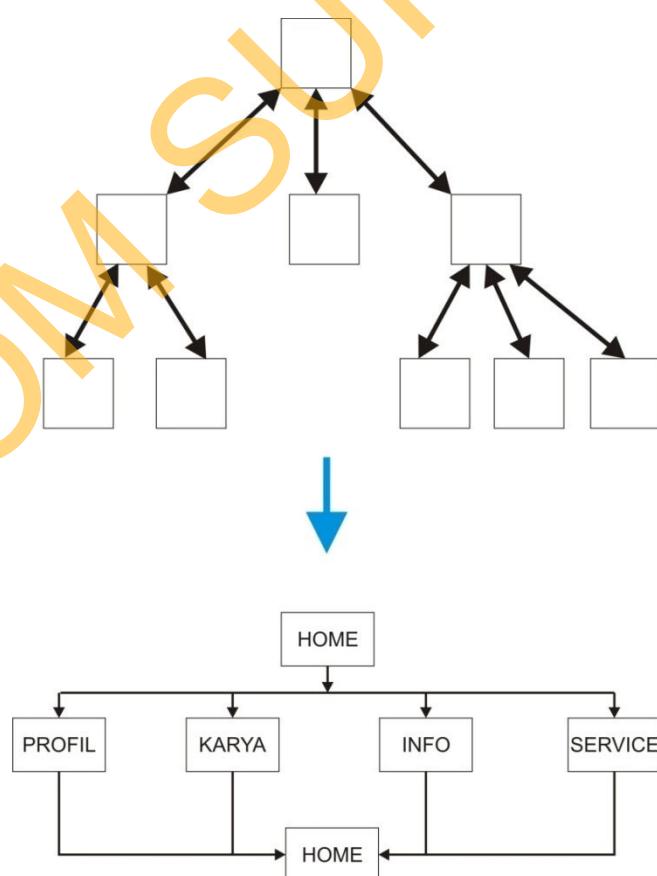
### 3.3 Tahap Perancangan

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. Teknis perancangan yang diperlukan, diantaranya adalah ide, konsep, struktur navigasi, alur sistem interaktif, tipografi, dan audio yang digunakan.

1. Ide awal dalam pembuatan interaktif untuk *company profile* ini setelah mengetahui sebuah galeri seni baru yang bertempatkan di Plosor Jombang dan dikelola oleh Bapak Karsam, yang belum memiliki media promosi atau media untuk memperkenalkan galerinya kepada masyarakat luas dan media untuk mempresentasikan terhadap kalangan masyarakat luas. Salah satunya dengan membuatkan interaktif *company profile*.
2. Konsep interktif *company profile* ini berawal dari saya melihat sebuah website dengan tampilan teknik *parallax* yang umum disebut dengan ilusi mata dengan terdiri dari 3 (tiga) objek yang apabila mouse digerakkan kearah kanan maka objek bergerak kearah kiri dan sebaliknya dan dengan memiliki

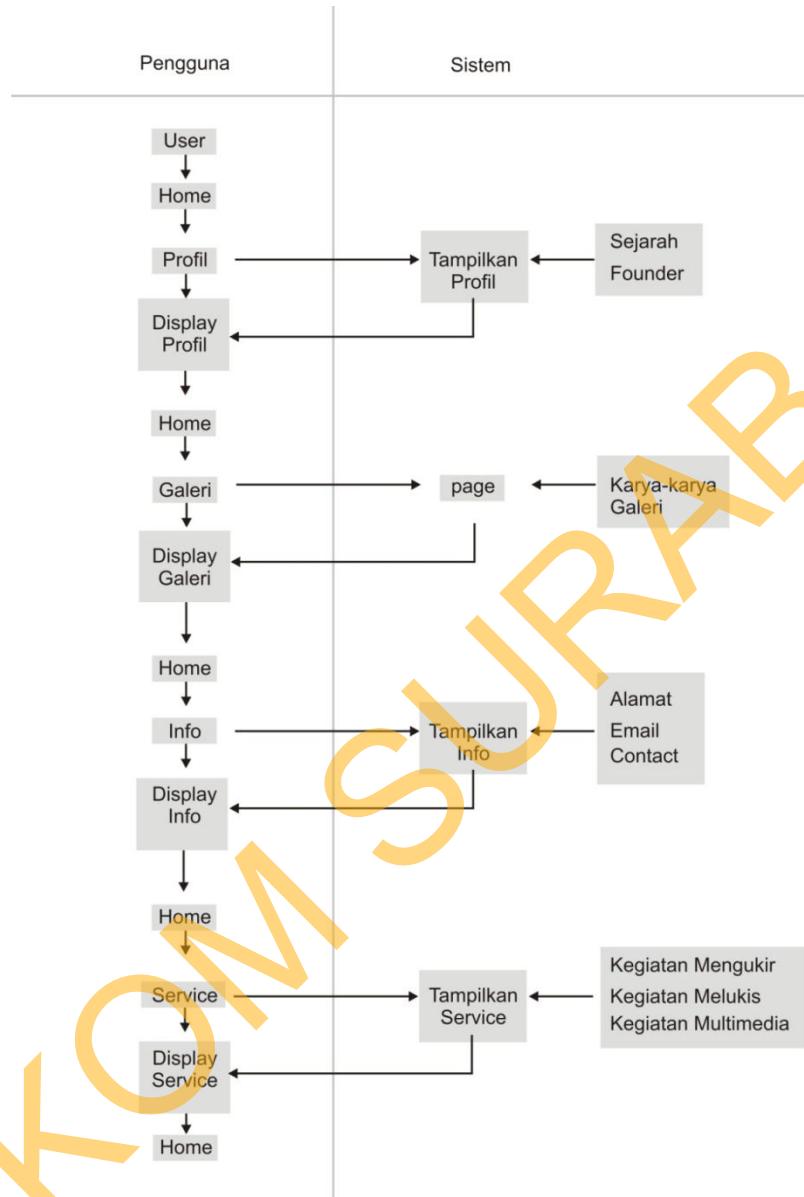
kecepatan gerak yang berbeda. Dari hal itu terpikirkan untuk menggunakan teknik tersebut untuk membuat interaktif *company profile*. Dengan mengacu dan menyesuaikan pada keyword dan analisa warna konsep yang akan digunakan adalah *classic* dengan menggunakan properti visual yang berupa foto-foto karya yang disusun dalam ruangan.

3. *Hirarchical* model bagik bagi aplikasi untuk menemukan lokasi halaman dengan mudah. Untuk menggambarkan model tersebut dapat digunakan ilustrasi dengan *tree*. Menurut (James, 2010: 37). Maka dari itu struktur dari interaktif *company profile* ini menggunakan hirarki yang bertujuan agar *user friendly*. Model hirarki tersebut dapat dilihat pada gambar 3.7.



Gambar 3.7 Struktur Navigasi Hirarki

#### 4. Alur Sistem Interaktif



Gambar 3.8 Alur Sistem Interaktif

Alur sistem interaktif pada gambar 3.8 diatas merupakan sistem yang terdapat pada *company profile* Keyna Galeri. Dengan menyesuaikan struktur navigasi hirarki yang digunakan untuk *company profile* Keyna Galeri ini.

5. Tipografi, yang digunakan dalam interaktif ini adalah *serif*. Menurut Adi Kusrianto dalam bukunya Pengantar Tipografi (Adi Kuristianto, 2010:48) menjelaskan *font serif* ini dikenal lebih *legible* dan *readable* karena garis horizontal pada masing-masing kaki *font* membantu menuntun pandangan mata pembaca pada garis teks yang tengah dibacanya. Berikut adalah font yang nantinya akan dipilih dan digunakan untuk pembuatan interaktif company profile Keyna Galeri yang disesuaikan berdasarkan *keyword* dan *legiblenya*. Dapat diperhatikan jenis-jenis hurup tersebut pada gambar 3.9, gambar 3.10 dan gambar 3.11.

- a. Black Chancery



Black Chancery

Gambar 3.9 Font Black Chancery

- b. Gabriola



Gabriola

Gambar 3.10 Font Gabriola

- c. Toms Handwriting



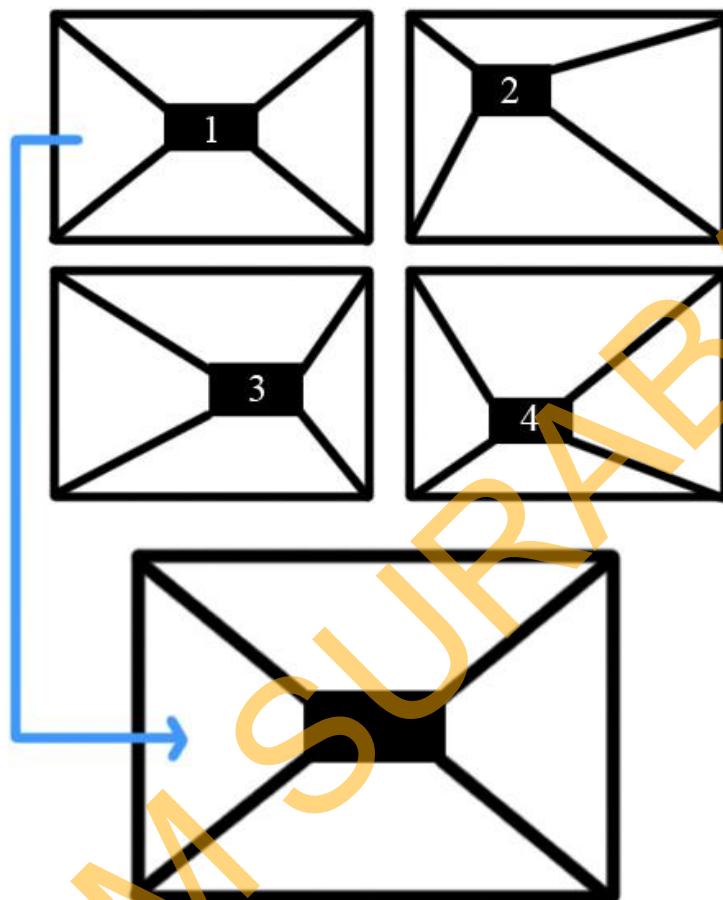
Toms Handwriting

Gambar 3.11 Font Toms Handwriting

Berdasarkan dari *keyword* dan *legible font* yang akan digunakan dalam pembuatan interaktif *company profile* adalah *font Black Chancery* untuk bagian judul dan pada bagian konten akan digunakan *font Gabriola*.

6. Audio, adalah suara atau bunyi yang dihasilkan ketika molekul di udara berubah oleh suatu gerakan yang ditimbulkan sebuah objek yang menghasilkan getaran. Contohnya: narasi, lagu, sound effect dan back sound. Pada interaktif Keyna Galeri ini dimasukkan beberapa *audio* yang bisa mendukung suasana. Setelah melakukan wawancara kepada owner dari Keyna Galeri untuk menentukan audio yang digunakan adalah lagu instrumental klasik oleh Kenny G – *Forever in Love*.
7. Komposisi dan *Angle*, Interaktif *company profile* Keyna Galeri ini menggunakan teknik *Parallax Scrolling*, yang dimana teknik ini memerlukan beberapa bagian layer atau latar yaitu latar belakang, latar tengah, dan latar depan yang akan digunakan untuk menunjang effect dari *parallax scrolling*. Setiap latar memiliki bagian-bagian yang berbeda dan perlu memperhatikan komposisi dan *angle*.

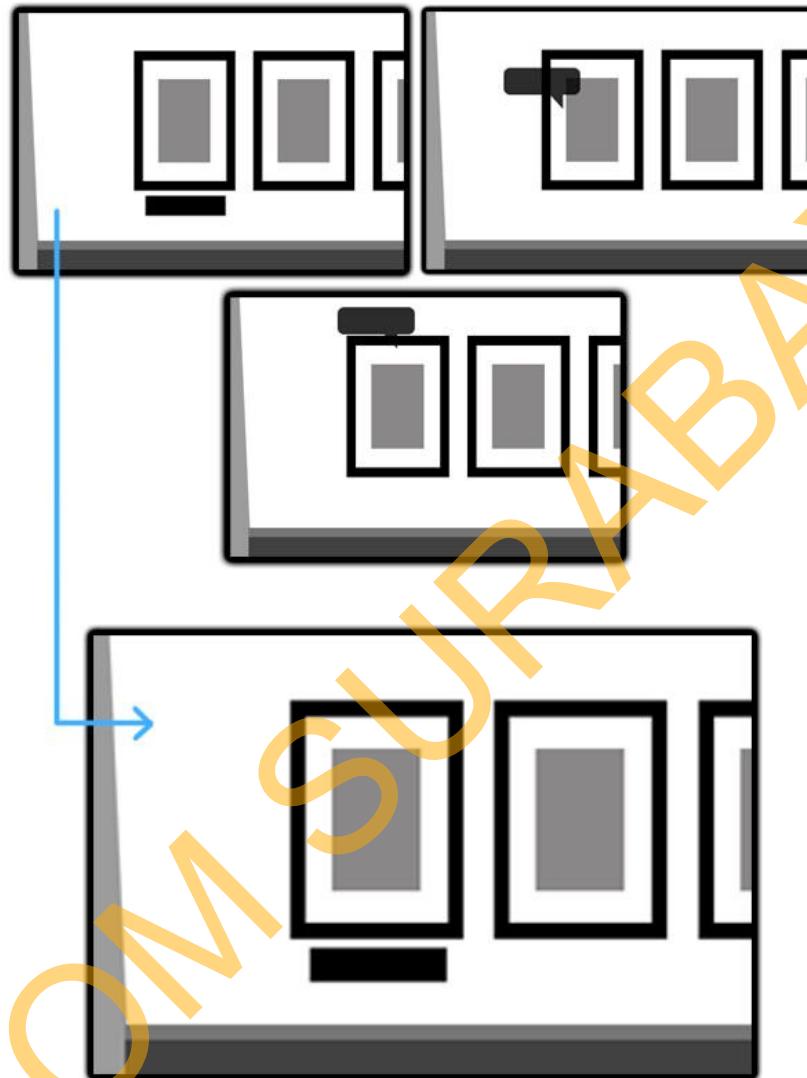
a. *Angle*



Gambar 3.12 Angle

Alasan memilih angle nomor satu pada gambar 3.12 adalah karena dengan mengambil foto objek benda yang terletak pada lantai dan menyesuaikan dengan penglihatan mata dengan datar yang dapat memberikan visualisasi yang akan dibutuhkan untuk perancangan *company profile*.

b. Komposisi Info



Gambar 3.13 Komposisi Info

Alasan memilih nomor satu pada gambar 3.13 adalah karena tidak membuat mata kita lelas, dan dekat dengan objek yang dituju. Sedangkan angle eye level membuat mata tidak repot untuk melihat terlalu atas maupun bawah.

### c. Audio

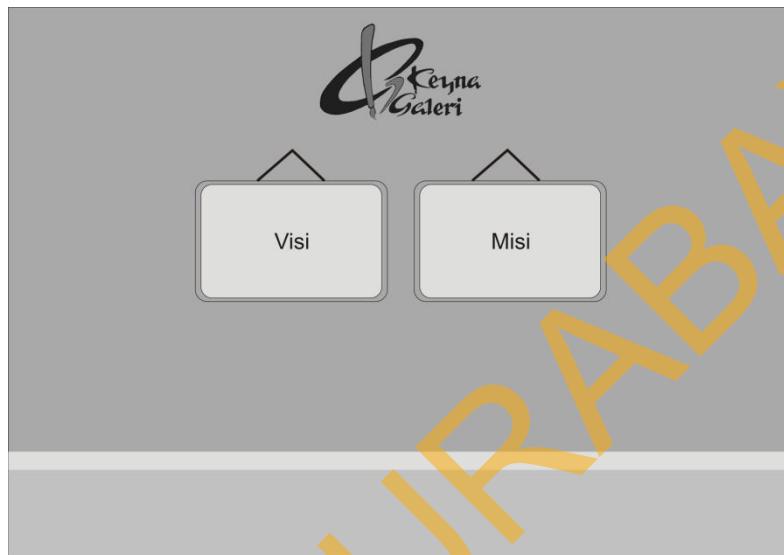


Gambar 3.14 Audio

Alasan memilih nomor empat pada gambar 3.14 karena dengan menyesuaikan dengan *parallax scrolling* yang selalu menggerakkan mouse ke arah kanan dan kiri sehingga pemilihan ditengah atas pertimbangan merupakan titik 0 (nol) dimana semua aktivitas dari pergeseran akan berhenti bergerak.

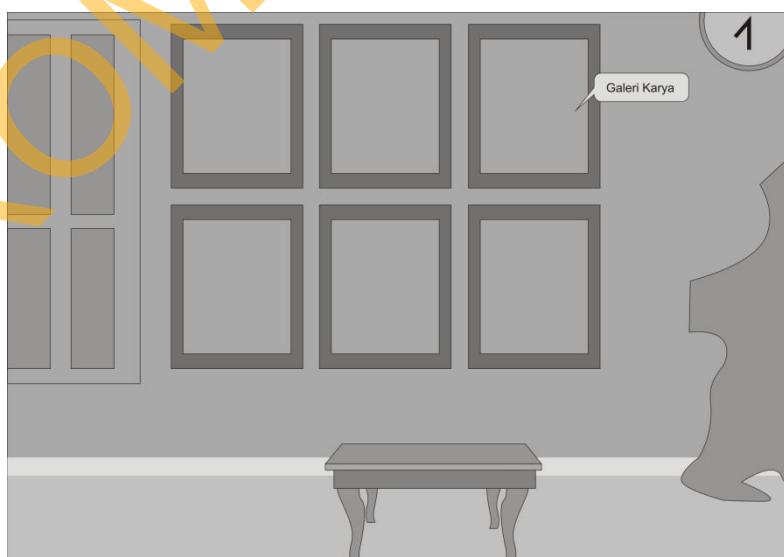
8. Sketsa rancangan, berikut ini sketsa rencana rancangan yang nantinya akan diaplikasikan kedalam Interaktif *Company Profile* Keyna Galeri.

a. Sketsa Home



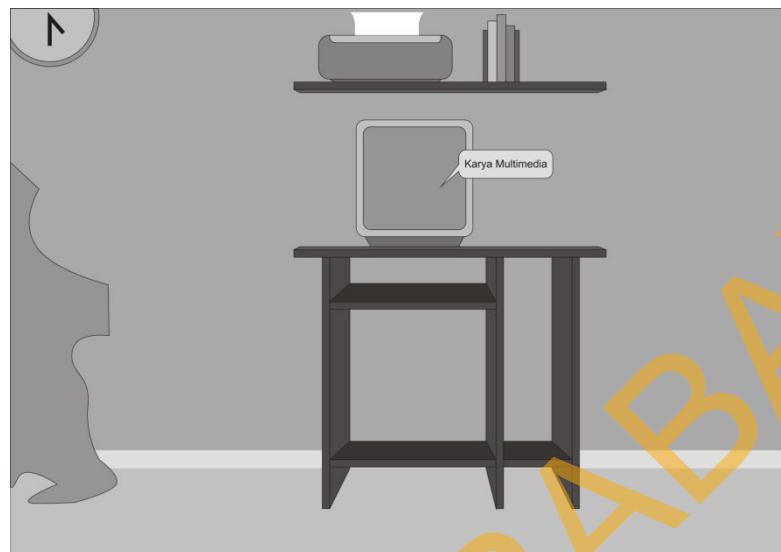
Gambar 3.15 Sketsa Home

b. Sketsa galeri karya



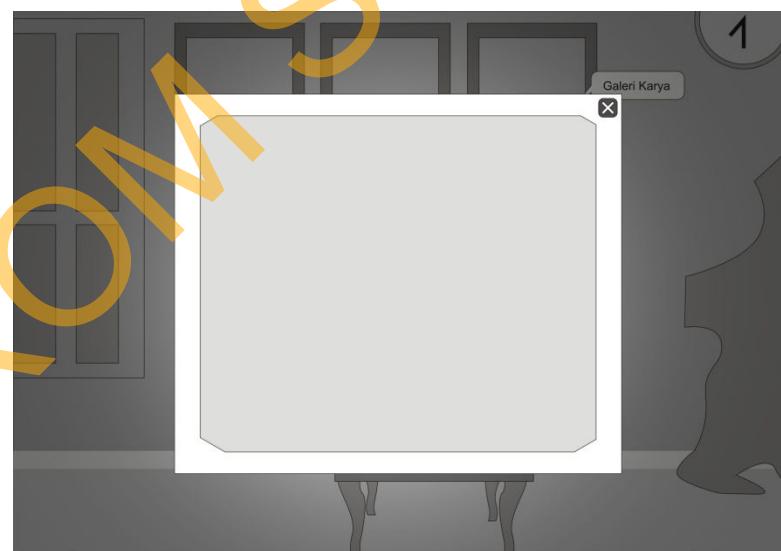
Gambar 3.16 Sketsa tampilan galeri karya

c. Sketsa galeri karya multimedia



Gambar 3.17 Sketsa tampilan galeri karya multimedia

d. Sketsa Content Info



Gambar 3.18 Sketsa content info

### 3.4 Rancangan Publikasi Karya

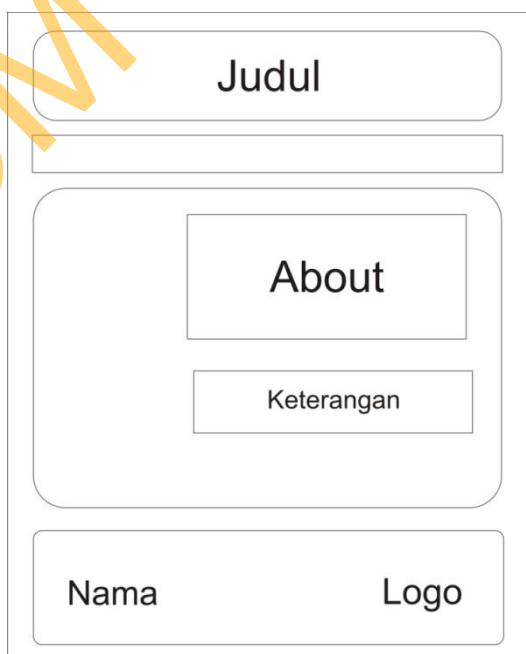
Pada rancangan publikasi karya berisi tentang media publikasi seperti poster, cover CD, sampul CD yang berisi konsep dan sketsa dari media publikasi.

#### 1. Poster

##### a. Konsep

Konsep poster menggunakan *header* dari desain interaktif, judul berada di *header*, agar judul interaktif menjadi padangan pertama untuk ditampilkan, dan pada content tengah merupakan background bernuansa Keyna Galeri dengan tambahan *bubble chat*. Point interest terdapat pada gambaran objek yang disajikan di tengah. Untuk keterangan dari poster diletakan dibawah beserta logo, sehingga komposisi poster menjadi seimbang.

##### b. Sketsa



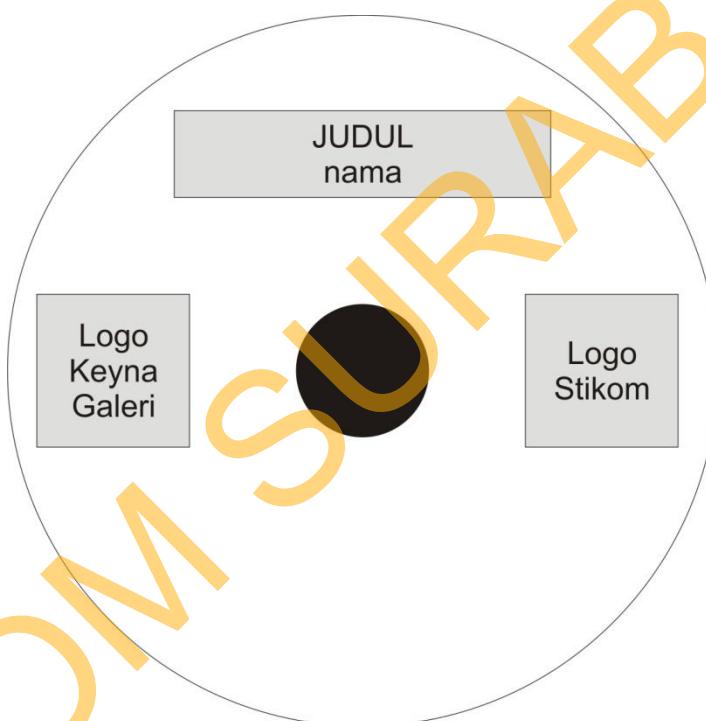
Gambar 3.19 Sketsa Poster

## 2. Cover CD

### a. Konsep

CD sebagai penampung data dari interaktif *company profile*, dengan desain cover yang minimalis, menyederhanakan sebuah visi misi dari Keyna Galeri dengan menonjolkan sisi streamline dan kubis.

### b. Sketsa



Gambar 3.20 Sketsa Cover CD bagian dalam

## 3. Sampul CD

### a. Konsep

Sampul CD adalah tempat untuk menyimpan CD dan melindungi CD dengan desain yang terbagi 2 bagian, tampak depan dan belakang. Pada sampul depan, judul berada pada bagian atas, dan logo berada di bagian

bawah, dengan mengambil desain yang sama dengan media promosi poster. Pada bagian belakang terdapat keterangan singkat dan jelas mengenai isi dari dalam CD.

b. Sketsa



Gambar 3.21 Sketsa Sampul depan belakang