

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN KARYA

#### 3.1. Metodologi Penelitian

Pada BAB III ini, dijelaskan tentang metodologi dan perancangan karya pada proses Pembuatan Interaktif Company Profile Keyna Galeri Ploso Jombang Berbasis Animasi sebagai Media Pembelajaran. Bab ini juga memberikan penjelasan tentang konsep atau pokok pikiran sebagai dasar pembuatan rancangan karya. Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan interaktif ini mengacu pada sistem SDLC (System Development Life Cycle). Menurut Aji Supriyanto (2005: 272) metode SDLC adalah metode yang menggunakan pendekatan sistem yang disebut air terjun (*waterfall approach*) dimana setiap tahapan sistem akan dikerjakan secara berurut menurun dari perencanaan, analisa, desain, implementasi, dan perawatan.

SDLC merupakan pola yang terstruktur untuk mengembangkan sistem perangkat lunak yang terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

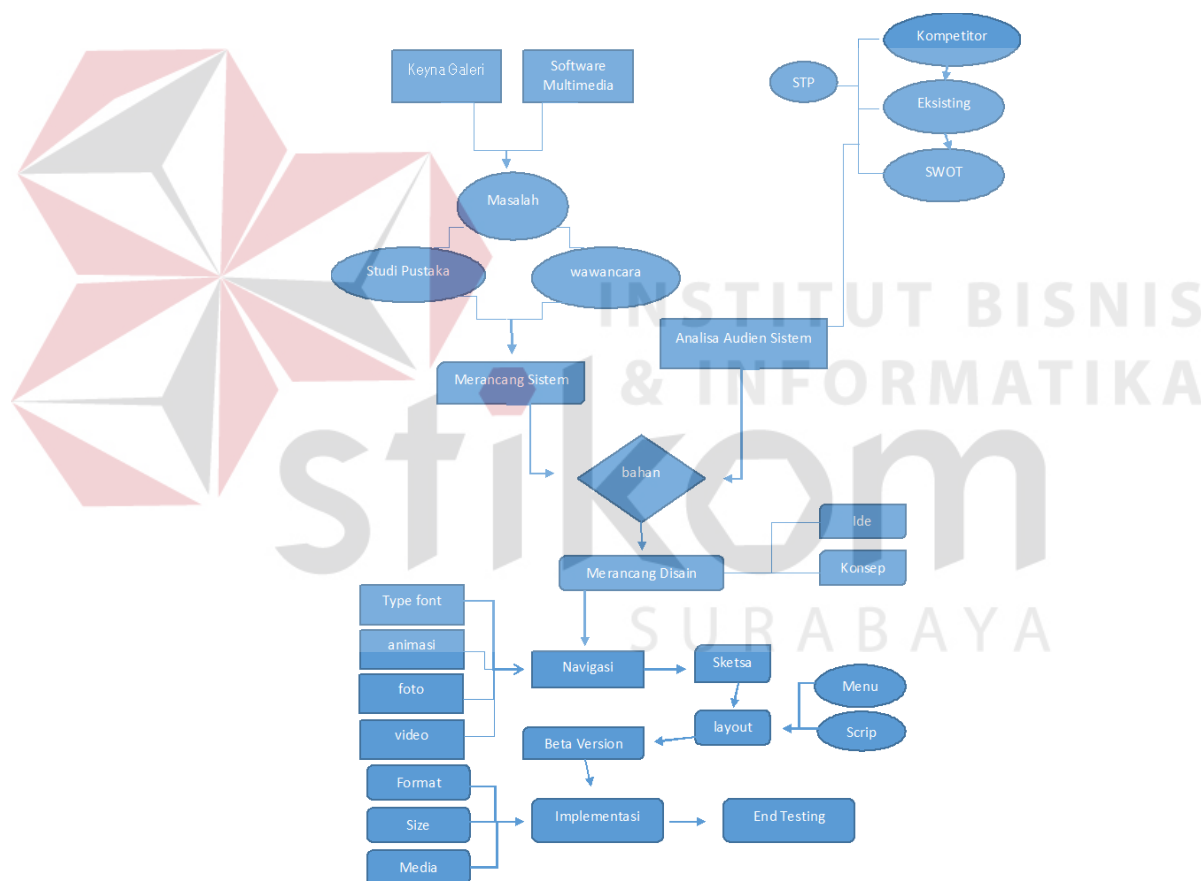
##### 3.1.1 Tahapan Perencanaan Karya (*Planning*)

Tahapan ini merupakan tahap awal untuk merencanakan perancangan karya. Sebelum merancang terlebih dahulu harus dilakukan riset atau penelitian untuk menggali data. Data yang digali adalah data yang berhubungan dengan interaktif, galeri, HTML5, batik, video, dan animasi. Setelah data dikumpulkan kemudian dianalisa dengan cara dikelompokkan satu persatu sesuai dengan jenis atau indi-

katornya. Selanjutnya adalah tahap awal pengembangan sistem yang mencakup perkiraan kebutuhan-kebutuhan seperti sumber daya sebagai perangkat fisik, manusia, metode dan anggaran yang bersifat umum dan masih belum terperinci.

### 3.1.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan rancangan kerja sistematis agar data yang didapat lebih akurat. Supaya rencana kerja sebelum mengerjakan proyek Tugas Akhir berlangsung lebih efisien dan terstruktur, maka dibuatlah diagram metodologi yang mengacu pada metode SDLC sebagai berikut:



Gambar 3.1 Diagram Metode Pengumpulan Data Berdasarkan SDLC

(Sumber: Olahan Penulis)

### 3.1.3 Sumber Data

Data yang disajikan untuk perancangan karya berasal dari 2 (dua) sumber, yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber aslinya. Data primer ini seperti data-data untuk galeri, Keyna Galeri, Compny Profile yang diperoleh secara langsung dari Bapak Karsam, MA., Ph.D selaku pemilik Keyna Galeri. Selain itu data-data tentang batik juga langsung diperoleh dari Bapak Karsam, MA., Ph.D selaku doktor batik dan penulis Disertasi tentang batik.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari berbagai sumber untuk mendukung data primer.

Setelah sumber data diketahui, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengumpulan data. Untuk proses pengerjaan selanjutnya adalah mencari dan mengumpulkan data-data ilmiah yang berasal dari informan yang mengerti di bidangnya, baik itu sebagai data primer maupun sekunder.

Sumber data yang telah ada merupakan data yang matang sekaligus telah menjadi acuan publik seperti dokumen, catatan penting, data laporan, hasil penelitian maupun kajian terdahulu yang mengandung pembahasan tentang masalah yang akan diangkat. Sumber data bisa berupa jurnal ilmiah, buku literasi, dokumentasi dan juga website.

### 3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan sesuai dengan permasalahan yang mengacu kepada judul Tugas Akhir ini. Pengumpulan data dari berbagai sumber yang ada dapat dilakukan sebagai berikut:

#### A. Interaktif

Untuk mendapatkan data tentang interaktif, dilakukan beberapa teknik pengumpulan data, melalui:

##### 1. Studi Pustaka.

Berikut beberapa buku yang digunakan sebagai acuan dalam pembuatan Tugas Akhir interaktif ini yaitu:

- a. *Animasi Pendidikan Menggunakan Flash* oleh Priyanto Hidayatullah yang menjelaskan dan berisi tentang cara pembuatan multimedia interaktif.
- b. *Color Image Scale* oleh Shigenobu Kobayashi yang memberikan gambaran dan pilihan warna yang sesuai dengan mood dan karakter.
- c. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik* oleh P.Joko Subagyo, SH yang didalamnya menjelaskan tentang metodologi penelitian dan tatacara penyusunan penulisan ilmiah.
- d. *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing* oleh M. Suyanto yang menjelaskan tentang manfaat multimedia di segala aspek dan bidang kehidupan.
- e. *Pengantar Teknologi Informasi* oleh Aji Supriyanto yang memberikan penjelasan tentang metode SDLC (*System Development Life Cycle*).

- f. *Tipografi Komputer Untuk Desainer Grafis* oleh Adi Kusrianto yang menjabarkan tentang sejarah tipografi atau *font* berikut penjelasan tentang bentuk-bentuk *font serif* dan *sanserif*.

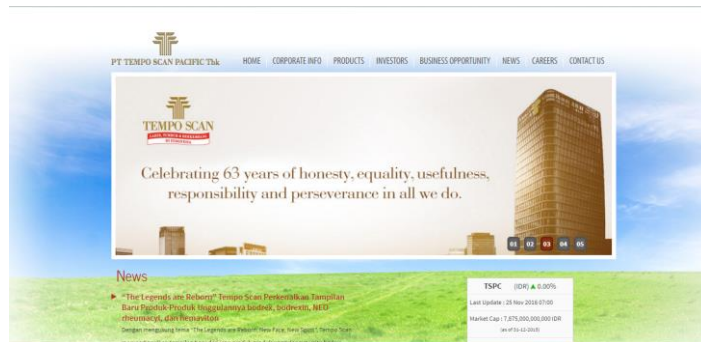
Kesimpulan yang dapat diambil dari studi pustakan di atas adalah pentingnya peran multimedia interaktif dalam bidang pendidikan sebagai pendukung dan motivasi belajar siswa. Sehingga dalam pembuatannya perlu diperhatikan beberapa aspek seperti pemilihan warna yang tepat, *font* yang sesuai, adanya animasi, peletakan menu yang jelas dan penambahan *background* agar terbentuk suatu multimedia interaktif yang menarik.

## 2. Studi Eksisting

Studi eksisting merupakan sumber yang didapat dari beberapa referensi dari multimedia interaktif yang sudah ada dan eksis di masyarakat. Manfaat dari studi eksisting adalah sebagai acuan bagi penulis untuk menciptakan karya yang berbeda dari yang sudah ada.

Berikut di bawah ini adalah beberapa karya interaktif yang penulis gunakan sebagai acuan berkarya, yaitu:

a. Image Sliding



Gambar 3.2 Contoh Company Profile: PT. Tempo Scan Pasifik

(Sumber: www.thetempogroup.com)

Pada gambar 3.2 merupakan sebuah website yang menggunakan image sliding pada bagian konten. Web ini berisikan company profile sebuah perusahaan. Teknik image sliding yang diaplikasikan pada kolom konten dapat berubah jika ditekan sesuai nomer gambar yang ada.

b. Table Conten Image



Gambar 3.3 Company Profile STIKOM

(Sumber: www.stikom.edu)

Pada gambar 3.3 merupakan sebuah website

Dari kedua karya di atas, yang penulis gunakan sebagai rujukan berkarya adalah bagian Layout HTML, Table conten.

### 3. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada Bapak Karsam, MA., Ph.D adalah seorang pakar batik dan ahli dalam bidang seni rupa serta dosen di Prodi DIV Komputer Multimedia Stikom Surabaya. Wawancara dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 29 Oktober 2016, di rumah beliau desa Ploso, Kec. Ploso Jombang. Wawancara dilakukan dari jam 10.00 – 12.00.

Beliau menyampaikan bahwa yang dimaksud dengan interaktif adalah terjadinya sebuah hubungan interaksi antara dua belah pihak atau terjadinya aksi suatu hubungan. Multimedia interaktif adalah sebuah media yang berfungsi sebagai sarana interaksi antara manusia dengan media tertentu. Seperti CD pembelajaran. Terjadi interaksi antara manusia dengan menu-menu yang ada dalam rancangannya.

Dari sumber literatur dan wawancara dapat disimpulkan bahwa interaktif adalah suatu media yang digunakan sebagai alat bantu untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.

### **B. Animasi**

Untuk mendapatkan data tentang animasi, dilakukan beberapa teknik pengumpulan data, melalui studi pustaka/internet, yaitu:

1. Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan hitungan waktu yang terjadi. Gambar tersebut

dapat berupa gambar makhluk hidup, benda mati, ataupun tulisan (<https://www.google.co.id/#q=animasi+adalah>).

2. Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap penambahan hitungan waktu yang terjadi. Gambar atau objek yang dimaksud dalam definisi di atas bisa berupa gambar manusia, hewan, maupun tulisan. Pada proses pembuatannya sang pembuat animasi atau yang lebih dikenal dengan animator harus menggunakan logika berfikir untuk menentukan alur gerak suatu objek dari keadaan awal hingga keadaan akhir objek tersebut. Perencanaan yang matang dalam perumusan alur gerak berdasarkan logika yang tepat akan menghasilkan animasi yang menarik untuk disaksikan (<http://tittiduit.blogspot.co.id/>).

### ***C. Company Profile***

Untuk mendapatkan data tentang *Company Profile*, dilakukan beberapa teknik pengumpulan data, melalui:

1. Studi Pustaka (internet)

<https://designcompanyprofile.com>

Dari situs di atas dijelaskan bahwa *Company Profile* merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat corporate value serta product value serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesain berdasarkan kedua value di atas.



## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap Bapak Karsam, MA., Ph.D. Beliau adalah pendiri Keyna Galeri Ploso Jombang. Wawancara dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 29 Oktober 2016, di rumah beliau desa Ploso, Kec. Ploso Jombang. Wawancara dilakukan dari jam 10.00 – 12.00.

Beliau mengatakan bahwa *company profile* merupakan salah satu media *public relations* yang mempresentasikan sebuah perusahaan/organisasi. *Public relations* ini berisi gambaran umum perusahaan, dimana perusahaan bisa memilih poin-poin apa yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan pengguna/masyarakat yang dituju.

Dari kedua sumber di atas dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan sebuah paparan dan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal yang meningkatkan nilai-nilai perusahaan.

### D. Galeri

Untuk mendapatkan data tentang galeri, dilakukan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap 2 tokoh, yaitu:

##### a. Bapak Karsam, MA., Ph.D

Bapak Karsam, MA., Ph.D adalah seorang pakar batik dan ahli dalam bidang seni rupa. Wawancara dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 29 Ok-

tober 2016, di rumah beliau desa Ploso, Kec. Ploso Jombang. Wawancara dilakukan dari jam 10.00 – 12.00.

Beliau mengatakan bahwa galeri seni adalah ruang dimana berbagai bentuk seni ditampilkan kepada publik. Berbagai bentuk karya seni bisa berupa seni patung, seni ilustrasi, seni instalasi, lukisan, fotografi dan lain-lain. Karya-karya berbagai seniman ini dipamerkan dalam ruangan sehingga para pecinta seni, pelajar, mahasiswa dapat mengapresiasi karya-karya yang telah dihasilkannya. Galeri seni dapat juga didefinisikan sebagai tempat untuk para seniman debutan, untuk menunjukkan hasil

karyanya agar mendapatkan pengakuan atau umpan balik sehingga mereka dapat mengolah dan meningkatkan karya-karya yang telah dihasilkan.

b. Bapak Sadari, S.Sn.

Bapak Sadari adalah pegawai museum Mpu Tantular Sidoarjo. Beliau adalah alumni Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Wawancara dilakukan pada hari Jumat, tanggal 28 Oktober 2016, di museum Mpu Tantular Sidoarjo. Wawancara dilakukan dari jam 09.00 – 11.00.

Beliau mengatakan bahwa galeri adalah suatu tempat atau wadah untuk menyimpan karya seni rupa guna diapresiasi oleh pencinta seni atau pengunjung. Galeri adalah wadah untuk apresiasi dan rekreasi bagi para pelajar dan masyarakat pecinta seni. Sama dengan yang disampaikan Bapak Karsam, MA., Ph.D menurut bapak Sadari, S.Sn. Galeri seni adalah sebagai tempat untuk para seniman debutan, untuk menunjukkan hasil karyanya agar mendapatkan pengakuan atau umpan balik se-

hingga mereka dapat mengolah dan meningkatkan karya-karya yang telah dihasilkan.

Dari kedua hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa galeri adalah tempat para seniman menyimpan karya untuk diapresiasi oleh para pecinta seni. Sambil apresiasi mereka juga rekreasi.

## 2. Studi Pustaka melalui internet

Galeri adalah ruangan atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni (<http://e-journal.uajy.ac.id/713/3/2TA12980.pdf> Galeri Seni Rupa Kontemporer di Yogyakarta).

Definisi menurut kamus ekabahasa resmi Bahasa Indonesia definisi dari Galeri adalah sebagai berikut. Definisi Kata Galeri *ga.le.ri* Nomina (kata benda) ruangan atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni dan sebagainya (<http://edefinisi.com/tag/pengertian-galeri>)

Dari kedua sumber di atas dapat disimpulkan bahwa galeri adalah ruangan atau tempat untuk memamerkan karya.

## E. Keyna Galeri

Untuk mengetahui apa itu Keyna Galeri, penulis langsung saja mewawancarai Bapak Karsam, MA., Ph.D. Beliau adalah pendiri Keyna Galeri Ploso Jombang. Wawancara dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 29 Oktober 2016, di

rumah beliau desa Ploso, Kec. Ploso Jombang. Wawancara dilakukan dari jam 10.00 – 12.00. Beliau mengatakan bahwa Keyna Galeri adalah tempat para seniman menyimpan karya untuk diapresiasi oleh para pelajar SD, SLTP, SLTA dan masyarakat umum. Selain itu Keyna Galeri tempat belajar budaya secara gratis.

## F. Video Dokumenter

Untuk mendapatkan data tentang video dokumenter, dilakukan beberapa teknik pengumpulan data, meliputi studi literatur, yaitu:

1. Javalandasta (2011)

Dalam bukunya dapat dijelaskan bahwa video dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Intinya, *video* dokumenter tetap berpijak pada hal-hal nyata mungkin.

Dalam situs tersebut dijelaskan bahwa video dokumenter merupakan satu bentuk produk audio visual yang menceritakan suatu fenomena keseharian.

2. <http://informatika.web.id/pengertian-dan-bentuk-video-dokumenter.htm>

Dijelaskan bahwa video dokumenter merupakan satu bentuk produk audio visual yang menceritakan suatu fenomena keseharian. Fenomena tersebut cukup pantas diangkat menjadi perenungan bagi penonton. Materi dokumenter dapat berupa cerita tentang keprihatinan sosial, pengalaman dan pergaulan hidup yang memberikan inspirasi dan semangat hidup bagi penonton, atau kilas balik dan kupasan tentang peristiwa yang pernah terjadi dan ada kaitanya dengan masa sekarang”.

Dari kedua sumber di atas dapat disimpulkan bahwa video adalah bentuk produk audio visual yang berisi fenomena keseharian atau kisah nyata.

### **G. Media Pembelajaran**

Schramm (1977) mengemukakan bahwa media pembelajaran adalah teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran.

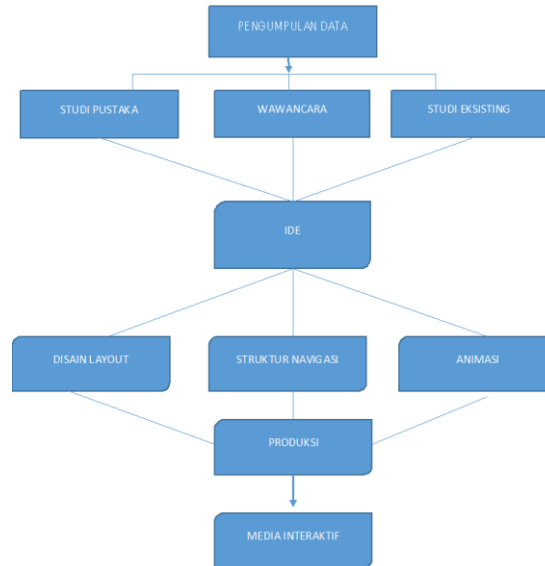
Media Pembelajaran adalah Segala sesuatu, baik yang sengaja dirancang (media by utilization) maupun yang telah tersedia (media by design), baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan (materi pelajaran) dari sumber kepada penerima sehingga membuat atau membantu peserta didik melakukan kegiatan belajar. (Raharjo 1984 cv. rajawali)

Dari kedua sumber di atas dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran adalah suatu bentuk produk yang sengaja di rancang atau telah tersedia dan digunakan untuk menyampaikan suatu isi/materi pembelajaran kepada peserta didik

### **3.2 Teknik Analisa Data**

Pada tahapan ini, akan diuraikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan menjadi susunan yang terstruktur dari awal hingga akhir proses. Tujuan dari analisa data ialah sebagai penentu masalah apa yang akan terjadi dan sebagai upaya untuk menentukan *keyword*.

Tampilan bagan dari teknik analisa data dapat dilihat pada gambar 3.4 berikut ini.



Gambar 3.4 Tampilan Bagan Tahapan Analisa Data

(Sumber: Olahan Penulis)

Tabel 3.1 berikut adalah hasil teknik analisa data yang akan digunakan untuk menentukan **keyword**.

Tabel 3.1 Teknik analisa data

Materi	Sumber Data			Kesimpulan	Keyword
	Studi Pustaka	Wawancara	Stusi Ek-sisting		
Interaktif	pentingnya peran multimedia interaktif dalam bidang pendidikan sebagai pendukung dan motivasi belajar siswa. Sehingga dalam pembuatannya perlu diperhatikan beberapa aspek seperti pemilihan warna yang tepat, <i>font</i> yang	interaktif adalah suatu media yang digunakan sebagai alat bantu untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya		Suatu produk yang berfungsi sebagai media dan layanan digital pada sistem berbasis komputer dengan terjadinya interaksi antara manusia dengan media tersebut	Media, interaksi, Mempermudah layanan

Lanjutan Tabel 3.1

	sesuai, adanya animasi, peletakan menu yang jelas dan penambahan <i>background</i> agar terbentuk suatu multimedia interaktif yang menarik				
Animasi	Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan hitungan waktu yang terjadi. Gambar atau objek yang dimaksud dalam definisi di atas bisa berupa gambar manusia, hewan, maupun tulisan.			Animasi adalah gambar yang digerakan	Gambar, bergerak
Company Profile	<i>Company Profile</i> merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat corporate value serta product value serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesain berdasarkan kedua value di atas	<i>company profile</i> merupakan salah satu media <i>public relations</i> yang mempresentasikan sebuah perusahaan/organisasi. <i>Public relations</i> ini berisi gambaran umum perusahaan, dimana perusahaan bisa memilih poin-poin apa yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan pengguna/masyarakat yang dituju		<i>Company profile</i> merupakan sebuah paparan dan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal yang meningkatkan nilai-nilai perusahaan	Paparan, perusahaan
Galeri	galeri adalah ruangan atau tempat untuk memamerkan	Galeri adalah tempat para seniman menyimpan karya untuk diapresiasi oleh para		Galeri adalah tempat memamerkan karya para sen-	Tempat, karya seniman, apresiasi

	karya.	pecinta seni. Sambil apresiasi mereka juga rekreasi.		iman Lanjutan Tabel 3.1 diapresiasi	
Keyna Galeri		Keyna Galeri adalah tempat para seniman menyimpan karya untuk diapresiasi oleh para pelajar SD, SLTP, SLTA dan masyarakat umum. Selain itu Keyna Galeri tempat belajar budaya secara gratis.		Keyna Galeri adalah tempat untuk diapresiasi karya oleh para pelajar SD, SLTP, SLTA dan masyarakat umum. Selain itu Keyna Galeri tempat belajar budaya secara gratis.	Tempat, apresiasi karya, belajar budaya
Video dokumenter	Bentuk produk audio visual yang berisi fenomena keseharian atau kisah nyata.			Bentuk produk audio visual yang berisi fenomena keseharian atau kisah nyata.	Audio visual, kisah nyata
Pembelajaran	Media Pembelajaran adalah segala sesuatu, baik yang sengaja dirancang ( <i>media by utilization</i> ) maupun yang telah tersedia ( <i>media by design</i> ), baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan (materi pelajaran) dari sumber kepada penerima sehingga membuat atau membantu peserta didik melakukan kegiatan belajar			suatu bentuk produk yang sengaja dirancang atau telah tersedia dan digunakan untuk menyampaikan suatu isi/materi pembelajaran kepada peserta didik	Produk, Pesan, Materi

(Sumber: Olahan Penulis)



### 3.3 *Segmenting, Targetting dan Positioning*

1. Demografis:
  - a. Untuk segala umur
  - b. Siswa/siswi Sekolah Dasar
  - c. Jenis Kelamin = Laki-laki/Perempuan
  - d. Ukuran Keluarga = 3+

2. Geografis:
  - a. Daerah = Perkotaan
  - b. Kepadatan = Kota (Pusat Kota)

3. *Target Audience*

Target *audience* pada media pembelajaran interaktif ini adalah Para UKM, Pelajar, dan Masyarakat umum yang ingin belajar ilmu membatik. Materi yang diperdalam yaitu tentang tat acara membatik , alat-alat yang digunakan , perbedaan penggunaan alat atau hasil yang berbedah berdasarkan alat yang digunakan.

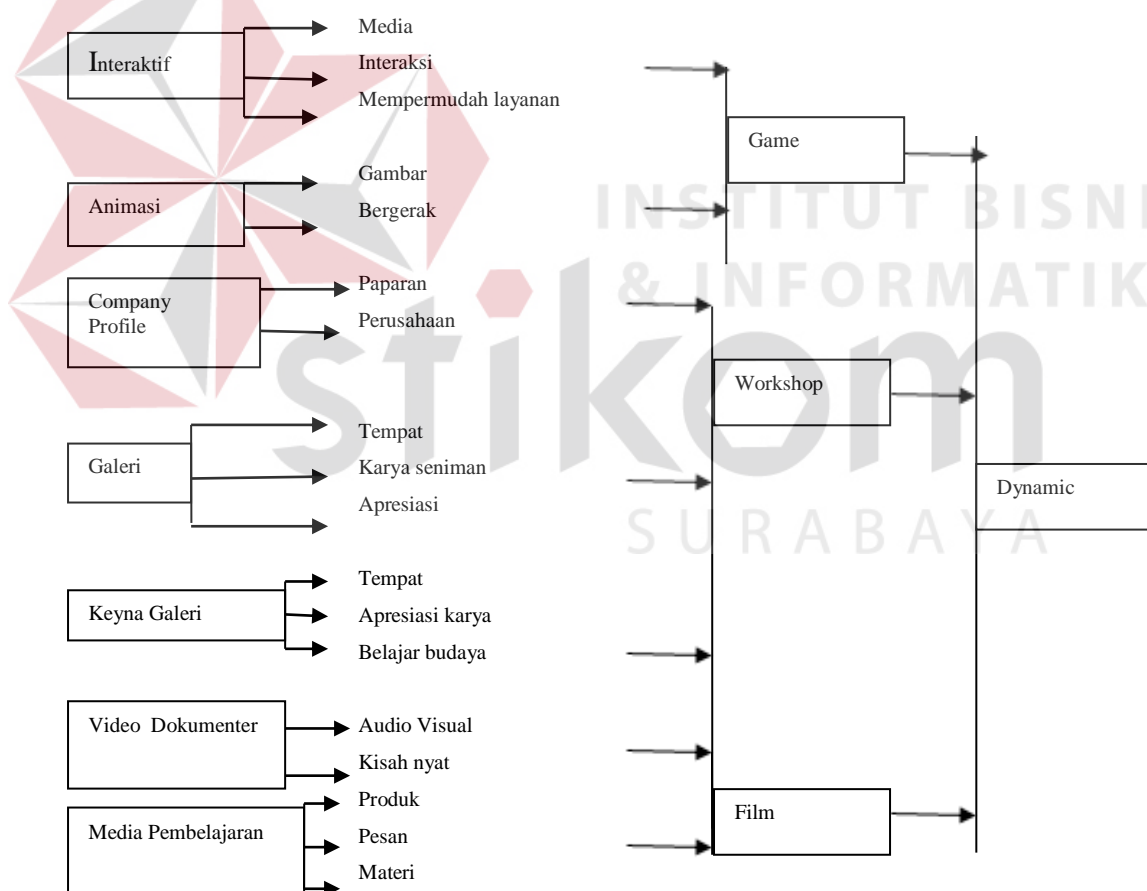
4. Psikografis:
  - a. Kelas Sosial (Menengah – Menengah ke Atas)
  - b. Praktis
  - c. Gaya Hidup = Menyukai hal yang baru, aktif dan kritis, menyukai budaya.
5. Positioning

Para UKM, Pelajar dan Masyarakat umum diharapkan dapat lebih mudah mengenal cara membuat batik yang benar serta dapat menumbuhkan rasa cinta akan budaya Indonesia khususnya batik.

### 3.4 Pencarian Keyword

Tahap selanjutnya adalah melakukan kajian dan analisa *keyword*. Analisa *keyword* bermanfaat untuk menemukan kata kunci yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan desain yang sesuai untuk pembuatan interaktif company profile. Diagram alur *keyword* interaktif company profile dijelaskan di

bawah ini:



Gambar 3.5 Pencarian Keyword

Sumber: Olahan Penulis

### 3.5 Diskripsi Keyword

Yang dimaksud Dynamic dalam TA ini adalah dengan diartikan dari kamus Bahasa-Inggris yang artinya “Bersemangat” dimana perpaduan dari keyword Game, Workshop dan Film dimana setiap keyword tersebut memiliki faktor mengairahkan dalam proses pembuatan atau pelaksanaannya.

### 3.6 Analisa Warna

Acuan dan panduan dalam memilih komposisi warna adalah dengan menggunakan buku “Color Image Scale” oleh Kobayashi. Berdasarkan *keyword* yang telah didapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa warna yang paling sesuai adalah menggunakan paduan dan kombinasi warna “Dynamic”.

Berdasarkan warna-warna yang tersedia pada *Color Image Scale*, paduan warna yang paling sesuai dengan keyword yang dihasilkan adalah “Dynamic”.



Gambar 3.6 *Color Image Scale* oleh Shigenobu Kobayashi  
(Sumber: Olahan Penulis)

Tipikal warna yang dihasilkan dari kombinasi Merah salah satunya adalah warna yang kuat dan juga hangat. Warna ini biasanya di gunakan untuk memberikan efek psikologi “panas, berani dan juga marah”. Beberapa pembahasan dunia juga mengidentifikasi merah sebagai warna yang menarik dan juga *sexy*. Di dalam pemilihan warna desain, kita bisa menggunakan warna merah karena sifatnya yang kuat. *Red : Strong & brave, productive, energetic, dynamic, elegant, sexy and charming.*

Warna tersebut memiliki tampilan yang cerah, mencolok dan menarik sehingga disukai oleh semua kalangan dan warna coklat adalah warna bumi, memberikan kesan hangat, nyaman dan aman. Selain itu, coklat juga memberikan kesan ‘mutakhir’ karena dekat dengan warna emas. Bisa dibayangkan kesan ‘mahal’ desain dengan kombinasi warna hitam dan coklat muda pastinya akan menghasilkan sebuah kolaborasi yang “wah”. Dan tidak lupa, coklat juga bisa memberikan nuansa yang “dapat di andalkan” dan “kuat”. *Brown: Safe, awake, superb, authoritative, and sweet.*

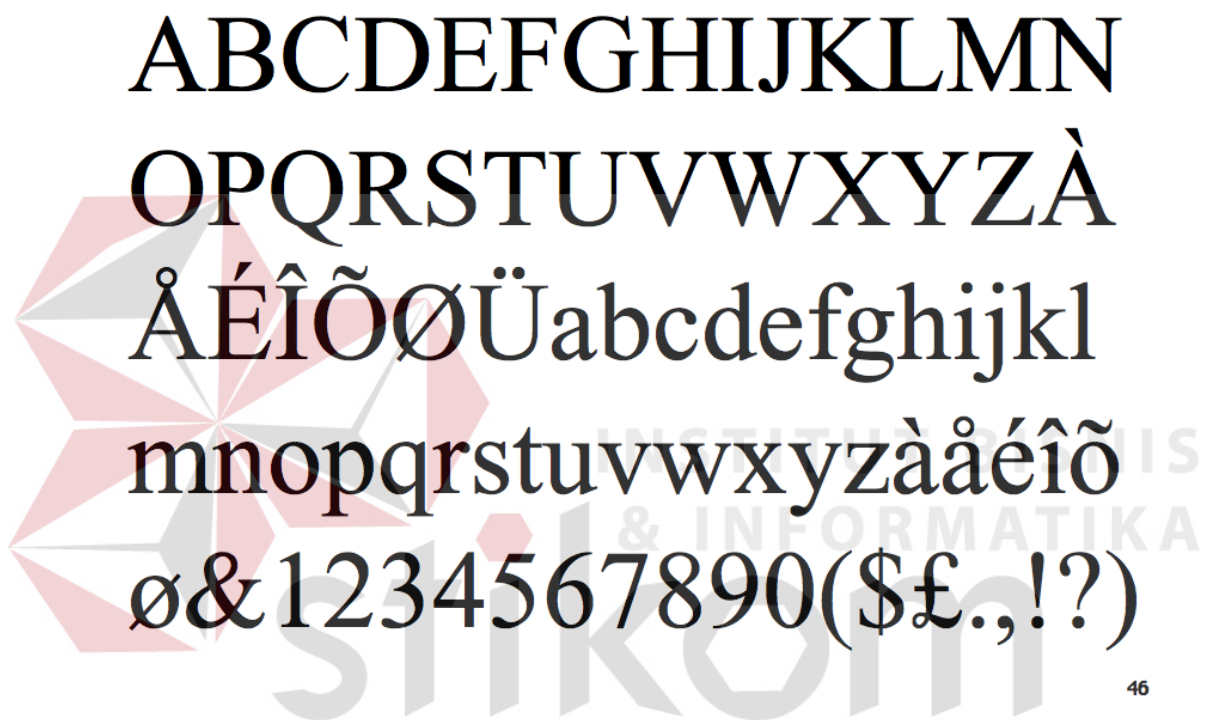
Setelah melakukan analisa dan pengkajian tentang studi eksisting company profile yang telah ada dan dikenal publik sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pembuatan interaktif company profile keyna galeri plosor jombang berbasis animasi sebagai media pembelajaran membuat untuk ukm, pelajar serta masyarakat umum akan memperhatikan dari berbagai sisi sebagai berikut:

1. Disain yang dibuat akan disajikan sesuai dengan tema yang diangkat
2. Header yang dipakai merupakan logo Keyna Galeri dan ada unsur membatiknya

3. Penyampaian materi terfokus dan tidak menyimpang dengan tema.
4. Video Dokumenter yang dipakai berisi tentang cara membuat.

Keseluruhan penjelasan yang telah dipaparkan pada studi eksisting, dapat ditemukan keyword yang sesuai yaitu “Game Workshop Film”.

### 3.7 Analisa Tipografi

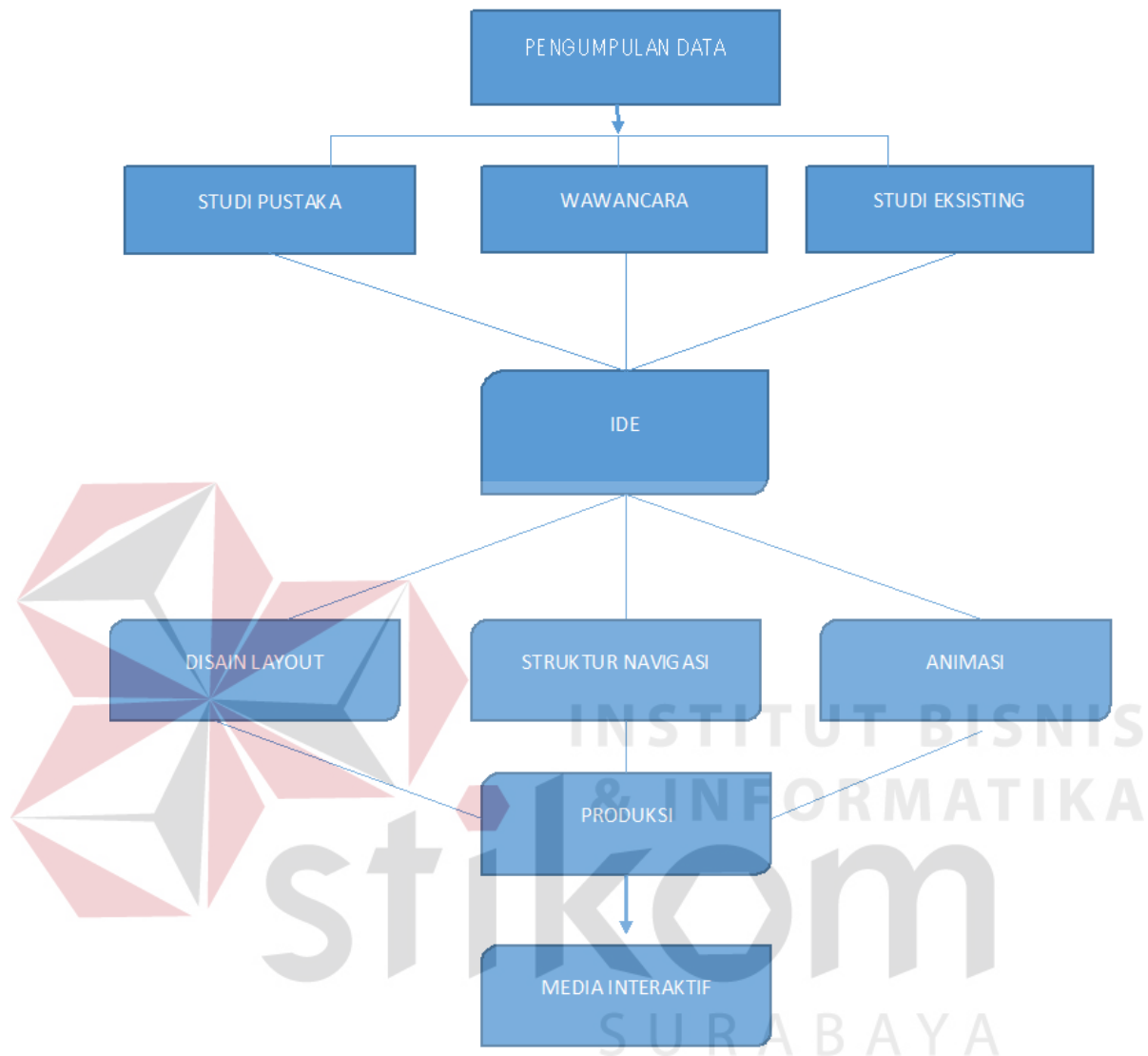


Gambar 3.7 *Times New Roman*  
(Sumber: Olahan Penulis)

Dengan target konsumen berusia semua umur maka analisa tipografi yang sesuai yaitu Times New Roman. Karena times new roman ini mengkomunikasikan rasa percaya atau reliable.

### 3.8 Perancangan Karya

Berikut bagan perancangan karya:

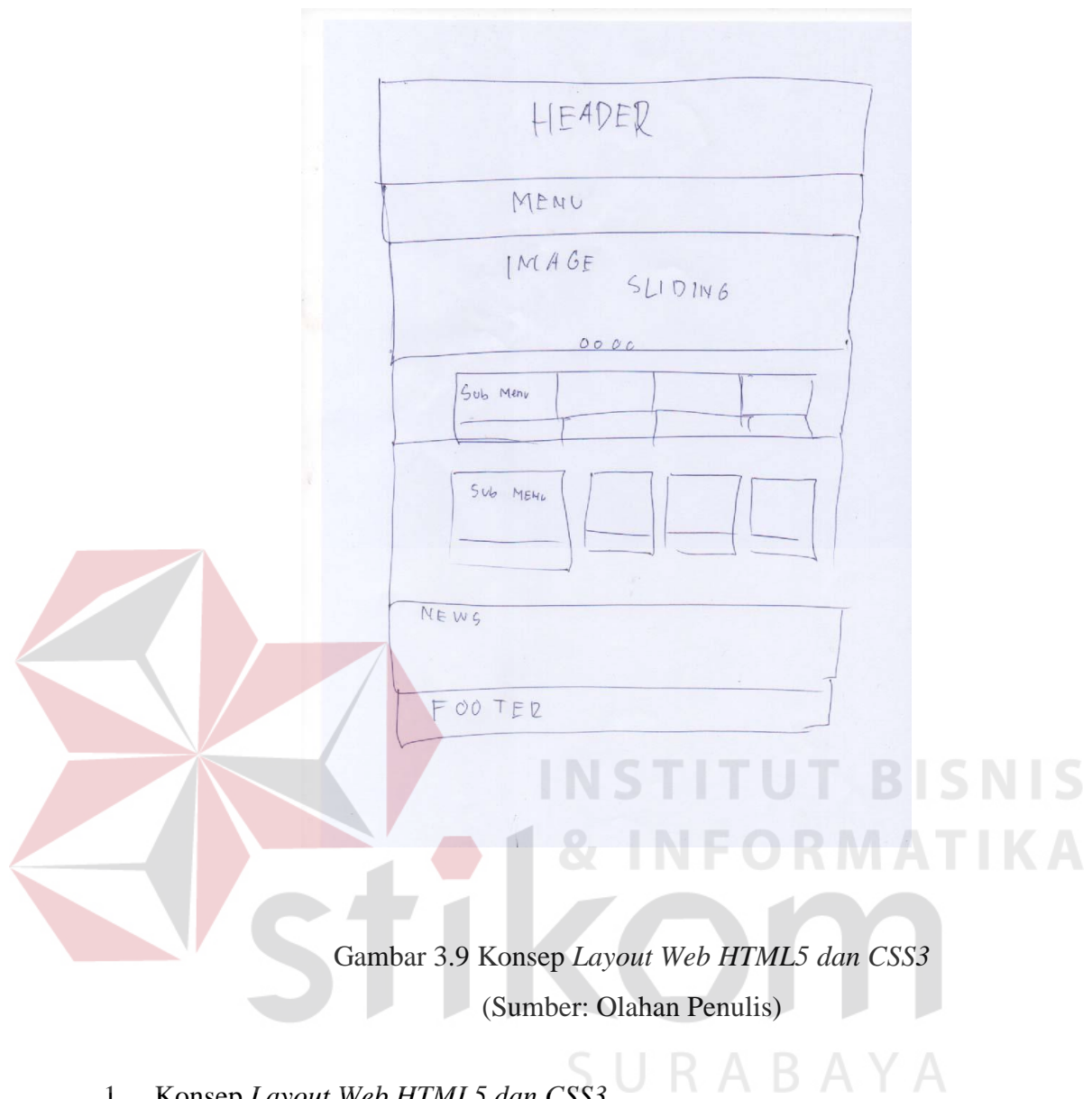


Gambar 3.8 Bagan Perancangan Karya

(Sumber: Olahan Penulis)

Setelah data yang dibutuhkan sudah didapatkan, maka tahap selanjutnya adalah pencarian konsep dengan menggunakan *keyword* yang telah didapatkan.

### 3.8.1 Pra Produksi



Gambar 3.9 Konsep *Layout Web HTML5 dan CSS3*  
(Sumber: Olahan Penulis)

#### 1. Konsep *Layout Web HTML5 dan CSS3*

##### 1. Konsep

Berdasarkan Gambar 3.10 konsep homepage serta halaman html yang lain menggunakan 1 kolom serta menggunakan warna background dominan hitam ,abu-abu dan putih ,Karena agar warna dalam Analisa warna dapat menjadi yang mencolok.

## 2. Ide

Di dalam disain layout Homepage pada gambar 3.10 dapat dijelaskan pada bagian Header akan terdapat nama instansi serta logo, pada bagian menu akan terdapat menu-menu yang mewakili halaman selanjutnya, pada bagian konten terdapat 2 bagian yang nantinya akan berubah disetiap halaman page, pada halaman footer menjelaskan identitas pembuat.

## 3. Navigasi

Navigasi adalah petunjuk posisi dan arah perjalanan. Di dalam dunia web, navigasi dianggap penting agar user yang sedang berada di dalam

halaman tertentu tidak tersesat dan mudah menemukan halaman-halaman lain dalam website Anda.

Menu adalah bagian dari website yang berisi link-link utama yang mengarah pada halaman tertentu di sebuah website

Biasanya, pada sebuah website, navigasi tertampil pada menu dan link yang terstruktur. Seringkali, saat kita membuka sebuah website, kita merasa kesal karena tidak mendapatkan halaman website yang dicari dikarenakan navigasi yang ruwet dan tidak jelas.

Selain itu dapat diartikan, Menu navigasi adalah sebuah fasilitas yang diberikan oleh si pemilik situs dimana didalamnya berisi sekumpulan link-link penting. Menu navigasi juga berfungsi sebagai pemandu kepada pengunjung agar dapat lebih mudah dalam menentukan kategori yang diinginkan tanpa harus bersusah payah mencarinya.

Menu navigasi dapat berbentuk mendatar (*horizontal*) atau menurun (*ver-*



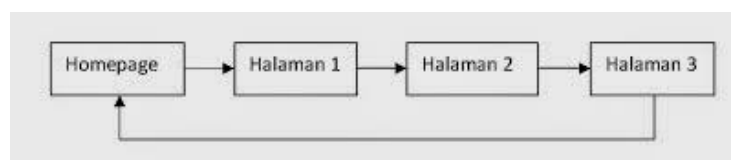
*tical*) juga dapat dibuat bercabang dengan sub menu (*dropdown*) atau tidak, tergantung kebutuhan dari situs tersebut

Menurut Kurniawan (2010:213) Pada pengembangan aplikasi berbasis web, tentunya dalam membuat lebih dari satu halaman web, bahkan bisa ratusan jika aplikasi yang dibangun kompleks. Oleh karenanya navigasi adalah fitur yang harus disediakan.

Navigasi berfungsi untuk berpindah dari satu halaman ke halaman yang lain pada suatu aplikasi berbasis web, yang juga digunakan untuk memberikan informasi lokasi halaman yang sedang dibuka. Menurut Purnama

(2004) Navigasi Web adalah bagian dari situs web yang berguna untuk memandu pengunjung menjelajahi isi situs dan menghantarkan pengunjung pada isi yang mereka cari. Menurut Sutopo (2007:6) Dalam pengembangan web, terdapat beberapa model navigasi dasar, yang harus dikenal dengan baik oleh desainer, Karena setiap model navigasi dapat memberikan solusi untuk kebutuhan yang berbeda

Navigasi yang akan digunakan dalam halaman website yang akan di buat adalah *Linear Navigation Model* Sebagian besar website mempergunakan *linear navigation model*. Informasi diberikan secara sekuensial dimulai dari satu halaman.



Gambar 3.10 Sistem Navigasi

(Sumber: Sutopo (2007:6))

### 3.8.2 Produksi

Tahap produksi selanjutnya dilakukan setelah tahap praproduksi telah selesai. Pada tahap produksi, proses pengerjaan multimedia interaktif terbagi atas beberapa tahapan yaitu:

Homepage yang desain secara garis besar.

Penjelasan tentang:

1. Deskripsi tentang halaman utama: header, info singkat bergambar, menu, side bar, konten, dan footer.
2. Penyebutan menu-menu yang akan dibuat beserta konten dan alasan kenapa memilihnya.
3. Penjelasan konten khusus untuk multimedia: kumpulan foto, video, dan pdf.
4. Penjelasan tentang desain animasi logo dan CSS

### 3.8.3 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah bagian terakhir dari proses pembuatan tugas akhir multimedia interaktif ini. Tahap pasca produksi adalah tahap uji coba dan pengolahan dari tahap produksi yang telah dilakukan sebelumnya. Proses finishing dari pasca produksi yang perlu diperhatikan antara lain sebagai berikut:

#### 1. *Testing*

Pada tahap *testing* biasanya dilakukan uji coba dan perbaikan jika ada kemungkinan terjadi kesalahan pada projek multimedia interaktif yang sudah dibuat. Pengecekan dari segala aspek dan bagian dari interaktif seperti perge-

rakan animasi karakter dan objek *layout*, sistem navigasi tombol, kesalahan yang mungkin ada pada *Action Script* dan lainnya.

## 2. *Exporting*

Tahap *exporting* dilakukan setelah proses *testing* dan pengecekan telah benar-benar sempurna. *File* multimedia interaktif kemudian di*export* menjadi format *.html* untuk mempermudah proses pendistribusian dan pemutaran di komputer lain.

### 3.9 Jadwal

Tabel 3.2 Jadwal

WORKING SCHEDULE								
No	Tahap	Aktivitas Produksi	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Peb
1.	<b>PP</b>	Menentukan Tema Proposal						
2.	<b>RR</b>	Pembuatan Konsep dan Proposal TA						
3.	<b>AO</b>							
4.	<b>U</b>	Membuat Storyboard						
5.	<b>K</b>	Mengumpulkan Bahan Tema						
6.	<b>I</b>	Melakukan Wawancara Narasumber						
7.		Mengkonsep Desain Layout						
8.		Mengkonsep Menu						
8	<b>PU</b>	Mendesain Layout Multimedia Interaktif						
9.	<b>RK</b>							
	<b>OS</b>	Membuat Menu Multimedia						
	<b>DI</b>							

Lanjutan Tabel 3.2

		Interaktif						
10.	<b>P P A R S O C D A U K S I</b>	Memasukkan Vidio dan File PDF Multimedia Interaktif						
11.		Finishing Multimedia Interaktif						
12.		Mendesain Cover dan Cakram CD						
13.		Daftar TA						
14.		Pameran						
15.		Sidang TA						

### 3.10 Anggaran

Tabel 3.3 Anggaran

<b>Pra Produksi (10 Hari)</b>	
Transport (BBM)	Rp. 220.000
Komunikasi (Pulsa)	Rp. 60.000
Konsumsi	Rp. 200.000
Administrasi (Print, Internet, dll)	Rp 100.000
Jilid Proposal TA	Rp. 10.000
<b>Total Pra Produksi</b>	<b>Rp. 490.000</b>
<b>Produksi (10 Hari)</b>	
Laptop	Rp. 5.000.000

Lanjutan Tabel 3.3

Listrik	Rp. 200.000
Komunikasi (Pulsa)	Rp. 10.000
Konsumsi	Rp. 200.000
<b>Total Produksi</b>	<b>Rp. 5.410.000</b>
<b>Pasca Produksi (10 Hari)</b>	
Finishing Interaktif	Rp. 0
Recording Suara	Rp. 0
Konsumsi	Rp. 20.000
Pembuatan Laporan TA	Rp. 400.000
Cetak Publikasi (CD, Poster, dll)	Rp. 200.000
<b>Total Pasca Produksi</b>	<b>Rp. 620.000</b>
<b>Total Keseluruhan</b>	<b>Rp. 6.520.000</b>

### 3.11 Tahap Publikasi

Pada tahap publikasi, perlu diperhatikan pada perancangan dan mendesain kemasan yang nantinya akan dijadikan sebagai media promosi. Mendesain kemasan diusahakan dibuat dengan seunik dan semenarik mungkin agar dapat menarik minat konsumen. Jika segmentasi yang akan dibidik adalah konsumen yang berusia semua kalangan, maka desain baik dari pemilihan warna maupun jenis font disesuaikan dengan karakter semua usia. Pemberian keterangan singkat namun jelas dengan pemberian font yang berkarakter ceria sesuai dengan materi atau te-

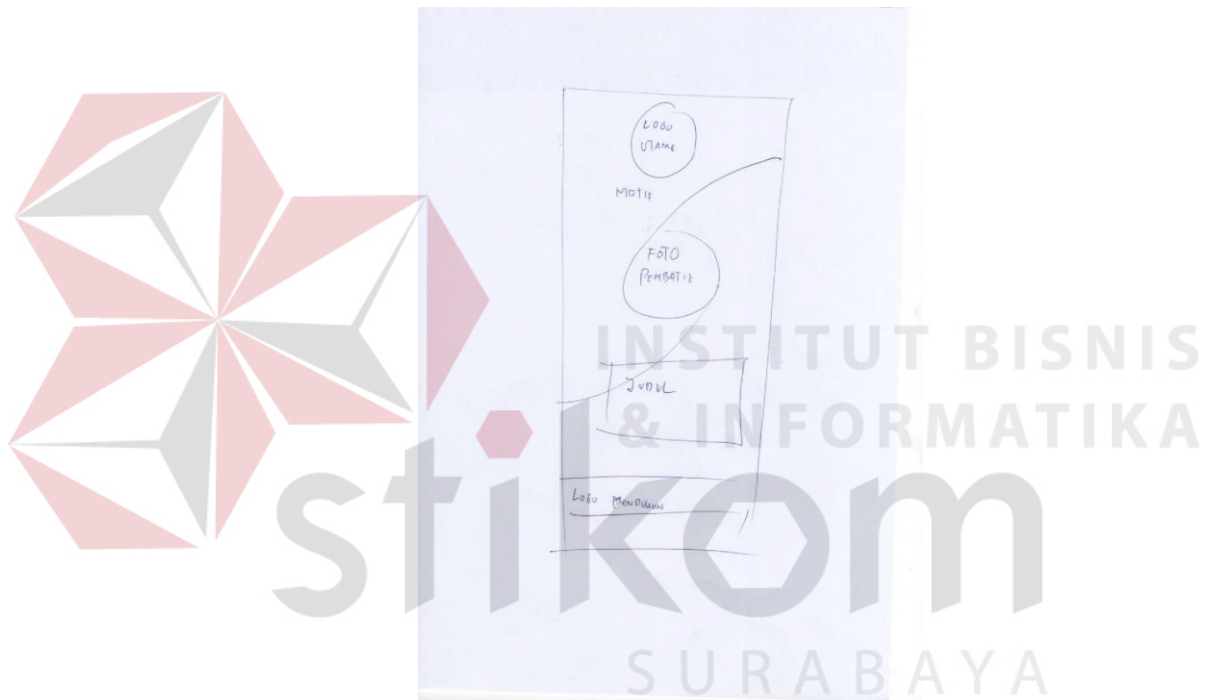


## 2. *X-Banner*

### a. Konsep

Konsep desain *x-banner* pada proyek interaktif ini memiliki tampilan warna dinamis seperti coklat, hitam, merah dan kuning yang diambil dari analisa *keyword* dan analisa warna. Desain menampilkan objek yang sesuai dengan tema yang diangkat. Seperti menampilkan bentuk motif batik dan serta icon seorang pembatik.

### b. Sketsa



Gambar 3.12 Sketsa *X-Banner*

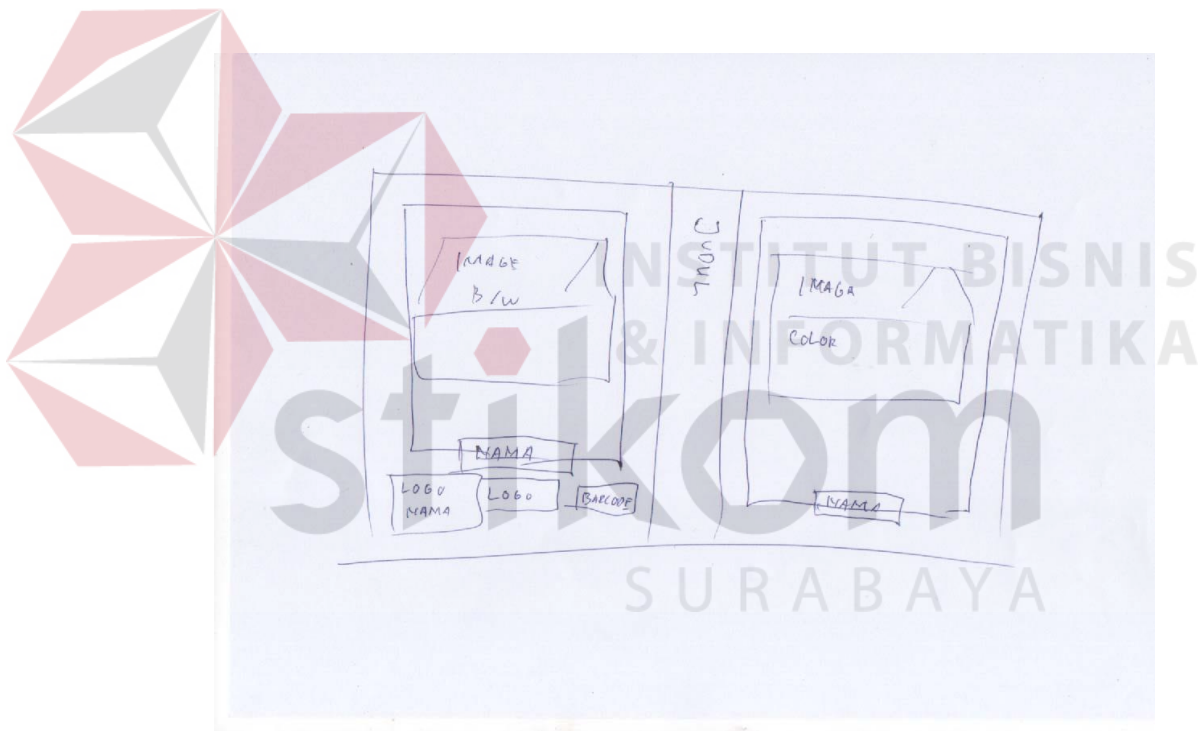
(Sumber: Olahan Penulis)

### 3. Cover Box CD

#### a. Konsep

Bentuk desain pada bagian depan *cover box* CD interaktif memiliki konsep yang tidak jauh berbeda dengan desain posternya. Terdapat foto Keyna Galeri dimana didepan dengan penuh warna sedangkan sisi belakang hanya dengan warna hitam dan putih serta logo-logo yang mendukung kesan elegan dan seperti cd tutorial.

#### b. Sketsa



Gambar 3.13 Sketsa *cover box* CD

(Sumber: Olahan Peulis)

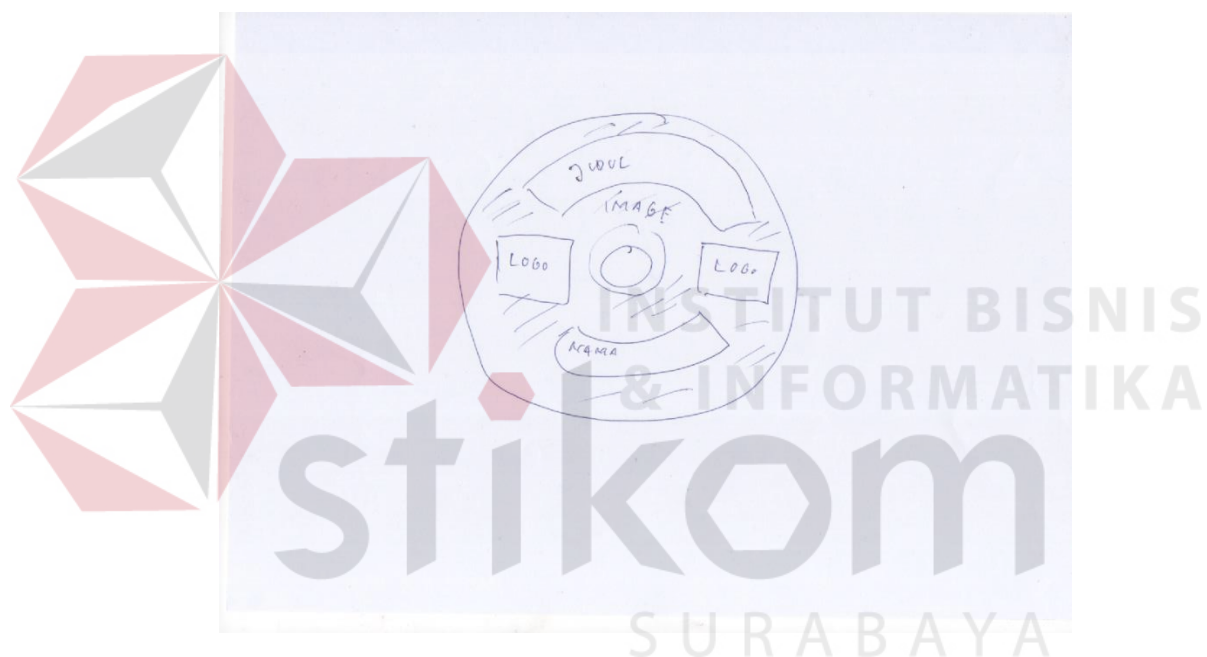


#### 4. Cover Cakram CD

##### a. Konsep

Desain pada *cover* cakram CD menggunakan foto pembatik serta logo-logo yang mendukung . Karena cakram CD berbentuk lingkaran, maka desainnya disesuaikan agar dapat memuat judul, tampilan tetap jelas dan menarik serta memberikan kesan biografi seorang pembatik.

##### b. Sketsa



Gambar 3.14 Sketsa *cover* Cakram CD

(Sumber: Olahan Penulis)