

## BAB III

### METODE PERANCANGAN

#### 3.1 Metodologi

Dalam kerja praktik ini penulis berusaha menemukan permasalahan yang ada serta menganalisis permasalahan yang ada pada PT. Java Pratama Perkasa. Permasalahan tersebut adalah bagaimana merancang desain brand IZZI Business Center sebagai salah satu produk dari PT. Java Pratama Perkasa. Yang dimana produk tersebut segmen nya menengah keatas.



##### 3.1.1 Pengumpulan Data

###### 3.1.1.1 Observasi

Observasi adalah awal dalam mencari dan menentukan permasalahan serta bagaimana membuat brand yang cocok dan sesuai untuk IZZI Business Center. Dalam hal ini penulis melakukan beberapa analisis terhadap competitor dari perusahaan yang serupa.

Berdasarkan analisis yang didapat melalui data-data perusahaan, visi misi dan filosofi IZZI Business Center, maka dapat ditentukan image atau citra desain

seperti apa yang dapat ditonjolkan dalam pembuatan media promosi. Sehingga target, visi misi perusahaan IZZI Business Center dapat tercapai dengan maksimal.

### **3.1.1.2 Wawancara**

Wawancara ini merupakan salah satu bagian dari observasi untuk dapat menentukan apa yang diinginkan oleh perusahaan dan pemilik perusahaan. Diantaranya apa yang ingin ditonjolkan dalam media promosi ini, apa yang ingin ditampilkan agar masyarakat benar-benar mengenal, apa yang boleh ditampilkan dan tidak boleh ditampilkan, dan lain sebagainya.

Wawancara ialah berupa teknik pengumpulan data secara langsung terhadap responden utama dan pendukung. Wawancara tanya jawab langsung dengan pemilik perusahaan dan ke beberapa karyawan nya yang tahu dan paham betul dengan aktivitas perusahaan dan kompetitor mereka.

Wawancara dibutuhkan untuk mendapatkan data yang lengkap dengan bertatap muka langsung. Dari sini akan memperoleh data tentang seberapa penting media promosi bagi mereka.

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa IZZI Business Center membutuhkan Logo dan Company Profile untuk membuat brand baru.

### **3.1.1.3 Pengambilan Data**

Setelah melakukan observasi dan wawancara, penulis mengambil beberapa data perusahaan yang dibutuhkan untuk membantu perancangan desain media promosi ini. Data – data tersebut diantaranya:

1. Sejarah perusahaan
2. Visi dan misi perusahaan
3. Fasilitas yang dimiliki
4. Layanan yang dimiliki
5. Contact person perusahaan

## **3.2 Proses Desain**

### **3.2.1 Penentuan Software**

Langkah awal sebelum melakukan sebuah pembuatan desain adalah menentukan software apa yang akan kita gunakan. Desain yang akan kita buat sangat sekali tergantung pada software apa yang akan dipergunakan untuk pembuatan media promosi.

Dalam hal ini penulis menggunakan software Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Adobe Photoshop adalah sebuah software atau perangkat lunak yang digunakan untuk mengedit sebuah gambar atau foto yang terdiri dari beberapa tools yang dapat digunakan untuk memanipulasi sebuah gambar atau foto.

Sedangkan Adobe Illustrator adalah sebuah software atau perangkat lunak yang berfungsi untuk mengedit atau membuat suatu grafis. Aplikasi ini biasa digunakan untuk pembuatan desain seperti logo, vector desain, kartu nama, kalender, poster, dan lain sebagainya

Output desain yang telah jadi disimpan dengan format PDF. Penyimpanan dengan menggunakan format PDF dilakukan untuk agar ketika melakukan proses cetak, desain yang telah jadi tidak dapat diotak-atik oleh percetakan. Penyimpanan dengan metode ini juga berguna ketika ada konsumen yang ingin dikirimkan media promosi melalui e-mail agar dapat melihat dengan mudah.

### **3.2.2 Konsep**

Sebelum membuat desain media promosi, diperlukan sebuah konsep yang akan digunakan dan ditampilkan dalam Brand IZZI Business Center. Konsep tersebut diperoleh melalui hasil pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan data-data yang telah ada.

Dari data-data telah terkumpul perusahaan ini ingin menampilkan sebuah keunggulan, kokoh, dan berkelas. Dari keyword yang ada muncul konsep *superior*.

### **3.2.3 Layout**

Berdasarkan konsep yang sudah ditemukan, maka layout yang akan digunakan juga sama berkonsep superior. Desain layout yang akan ditampilkan

hanya bermain pada warna, tata letak teks, headline, dan elemen atau unsur unsur yang terkait dalam konsep tersebut..

Untuk unsur unsur penulis membuat unsur kotak-kotak yang dimana kotak tersebut menggambarkan kokoh.

#### **3.2.4 Warna**

Sesuai dengan konsep diatas, penulis menggunakan warna orange, abu-abu, dan putih.

Menggunakan warna orange ,abu-abu dan putih menggambarkan kokoh tersebut. Dan ini dilakukan untuk menjadikan ciri khas dari IZZI Businues Center.

#### **3.2.5 Tipografi**

Untuk memudahkan membaca seluruh tipografi dalam desain ini menggunakan jenis font sans serif atau font yang tidak memiliki kait, font yang digunakan adalah font yang memiliki siku siku yang tajam.