

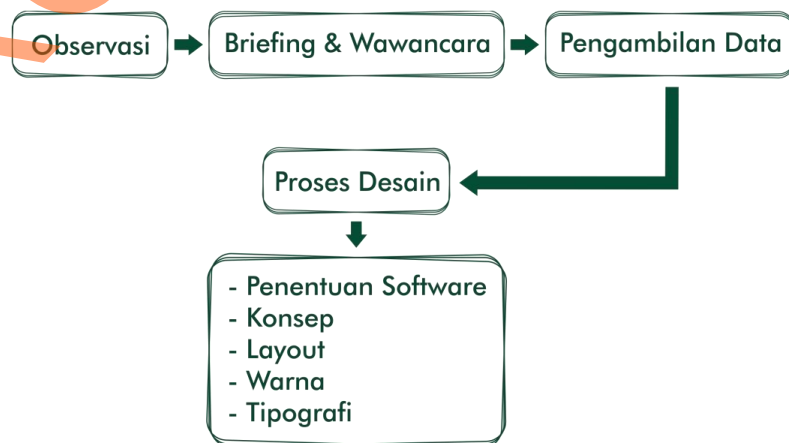
BAB III

METODE PERANCANGAN

3.1 Metodologi

Dalam laporan ini, penulis mengemukakan beberapa permasalahan terkait dengan perancangan Interaktif company profile PT. Simpati Global. Penulis berusaha untuk mempelajari dan menganalisis permasalahan yang timbul yaitu desain company profil yang selama ini digunakan oleh PT. Simpati Global belum dapat menjadi marketing tool yang menunjang sebagai media presentasi singkat tentang visi misi dan jasa yang ditawarkan bagi klien.

Desain booklet company profile yang dimiliki oleh PT. Simpati Global tidak memiliki unsur kesatuan didalamnya karena setiap halamannya memiliki desain yang sangat berbeda. Untuk itu, perlu dilakukan redesain company profile PT. Simpati Global dengan desain yang lebih simple serta mengikuti perkembangan teknologi berupa Interaktif company profile. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Skema Pengerjaan

3.1.1 Pengumpulan Data

3.1.1.1 Observasi

Metode ini merupakan bahan pertimbangan untuk melakukan pembuatan Interaktif Company Profile PT. Simpati Global. Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap desain company profile PT Simpati Global untuk mendapatkan gambaran langsung mengenai permasalahan yang dihadapi.

Observasi merupakan langkah awal untuk menentukan permasalahan desain company profile sebelumnya serta bagaimana desain company profile yang cocok dan sesuai untuk PT. Simpati Global. Dalam langkah ini penulis melakukan analisis terhadap desain company profile yang dimiliki oleh PT. Simpati Global sebelumnya, serta membandingkan dengan desain presentasi perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagian mana yang perlu diperbaiki dan bagaian mana yang masih bisa dicantumkan dalam desain yang baru.

Berdasarkan analisis yang diperoleh dari hasil observasi berupa data-data perusahaan, visi misi dan sejarah PT. Simpati Global, serta jasa apa yang ditawarkan, akan dapat ditentukan image atau citra desain seperti apa yang ingin ditonjolkan dalam desain company profile yang baru.

3.1.1.2 Briefing dan Wawancara

Briefing adalah sebuah pendekatan komunikasi antarmuka (face-to-face) yang dilakukan agar memiliki kesamaan persepsi yang diinginkan dalam

perancangan company profile. Briefing merupakan penjelasan secara ringkas untuk mendapatkan gambaran mengenai permasalahan yang dihadapi oleh PT. Simpati Global.

Briefing ini juga merupakan bagian dari pengumpulan data untuk menentukan apa yang diinginkan oleh pemilik perusahaan. Diantaranya apa yang ingin ditonjolkan, apa yang ingin ditampilkan, apa yang ingin dihindari, dan lain sebagainya.

Wawancara, merupakan suatu cara untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber. Wawancara ini dilakukan dengan menanyakan beberapa pertanyaan kepada pimpinan PT. Simpati Global dan pihak-pihak yang terkait. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif company profile yang digunakan oleh PT. Simpati Global selama ini.

Dari hasil briefing dan wawancara tersebut diperoleh hasil bahwa company profile yang digunakan selama ini terkesan monoton dan belum dapat dijadikan sebagai marketing tool perusahaan. Sehingga diperlukan adanya redesain pada company profile PT. Simpati Global. Desain booklet company profile yang dimiliki oleh PT. Simpati Global tidak memiliki unsur kesatuan didalamnya karena setiap halamannya memiliki desain yang sangat berbeda.

3.1.1.3 Pengambilan Data

Setelah melakukan observasi, briefing, dan wawancara. Penulis juga melakukan pengambilan beberapa data yang dibutuhkan untuk menunjang perancangan interaktif company profile. Data–data tersebut diantaranya:

1. Sejarah perusahaan
2. Visi dan misi perusahaan
3. Jasa yang ditawarkan
4. Client yang pernah ditangani
5. Portfolio perusahaan
6. Dokumentasi event
7. Contact person perusahaan

3.1.2 Proses Desain atau Perancangan

3.1.2.1 Penentuan Software

Banyaknya jenis software yang dapat digunakan untuk membuat desain interaktif company profile, maka diperlukan adanya proses penentuan software untuk memilih software yang tepat dan efektif dalam pembuatan interaktif company profile PT. Simpati Global.

Dalam pembuatan desain interaktif company profile ini penulis menggunakan software Adobe Flash CS5 dengan pertimbangan software ini mudah dioperasikan dan memiliki pilihan tools yang beragam. Selain itu file yang telah diekspor dalam ekstensi.swf dalam Adobe Flash CS5 memiliki kapasitas penyimpanan yang relatif kecil sehingga tidak membutuhkan proses loading dalam waktu lama.

Adobe Flash merupakan sebuah program yang didesain khusus oleh Adobe dan program aplikasi standar authoring tool professional yang digunakan untuk membuat animasi dan bitmap yang sangat menarik untuk keperluan pembangunan

situs web yang interaktif dan dinamis. Flash didesain dengan kemampuan untuk membuat animasi 2 dimensi yang handal dan ringan sehingga flash banyak digunakan untuk membangun dan memberikan efek animasi pada website, CD Interaktif dan yang lainnya.

Selain itu aplikasi ini juga dapat digunakan untuk membuat animasi logo, movie, game, pembuatan navigasi pada situs web, tombol animasi, banner, menu interaktif, interaktif form isian, e-card, screen saver dan pembuatan aplikasi-aplikasi web lainnya. Dalam Flash, terdapat teknik-teknik membuat animasi, fasilitas action script, filter, custom easing dan dapat memasukkan video lengkap dengan fasilitas playback FLV. Keunggulan yang dimiliki oleh Flash ini adalah ia mampu diberikan sedikit code pemrograman baik yang berjalan sendiri untuk mengatur animasi yang ada didalamnya atau digunakan untuk berkomunikasi dengan program lain seperti HTML, PHP, dan database dengan pendekatan XML yang dapat dikolaborasikan dengan website.

3.1.2.2 Konsep Perancangan

Konsep merupakan dasar utama yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan sebuah desain. Dalam pembuatan interaktif company profile PT. Simpati Global konsep perancangan diperoleh berdasarkan hasil observasi, briefing dan wawancara, serta pengumpulan data-data lainnya.

Konsep perancangan yang akan digunakan dalam pembuatan interaktif ini adalah “Simple Futuristik”. Simple dipilih sebagai salah satu dari konsep perancangan sebagai upaya penyederhanaan desain agar mata audience tidak

merasa lelah pada saat melihat tampilan desain interaktif company profile. Sedangkan futuristik dipilih dengan harapan PT. Simpati Global akan tetap bertahan dan bahkan berkembang pesat di masa depan.



Gambar 3.2 Skema Penentuan Konsep

Berdasarkan bagan yang telah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa konsep perancangan “Simple Futuristik” diperoleh dari pengumpulan beberapa jenis data. Pada tahap selanjutnya, seluruh elemen dalam desain interaktif company profile akan dibuat sesuai dengan konsep “Simple Futuristik”.

3.1.2.3 Layout

Berdasarkan konsep perancangan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka desain layout dalam company profile dibuat sesuai dengan konsep “Simple Futuristik”. Pada tampilan desain interaktif company profile akan dibuat menyerupai tampilan desain website untuk mewakili konsep futuristik yang cenderung identik dengan teknologi. Selain itu, desain company profile ini juga dapat digunakan sebagai website PT. Simpati Global.

Desain interaktif company profile ini berisi elemen-elemen desain yang berbentuk kotak dan bersifat fungsional. Pada interaktif company profile terdapat button yang diletakkan diatas agar audience dimudahkan untuk mencari informasi yang ingin ditampilkan.

Keseluruhan desain company profile dibuat serupa untuk memunculkan kesatuan dan hanya membedakan penataan konten disetiap halamannya. Interaktif company profile juga dilengkapi gambar sebagai penjelas dan animasi yang dapat membuat tampilan interaktif lebih menarik.

3.1.2.4 Warna

Pemilihan warna dalam desain Interaktif company profile ini menggunakan dominasi warna hijau di hampir seluruh elemen desain dengan pertimbangan warna hijau merupakan warna corporate identity dari PT. Simpati Global. Selain itu, menurut website (nasional.kompas.com) warna hijau melambangkan keberuntungan dan kesejukan. Warna hijau merupakan simbol kedekatan dengan alam. Dari segi psikologis warna ini memiliki arti keterbukaan dalam berkomunikasi serta dapat meningkatkan rasa bangga dan rasa superior dibandingkan dengan yang lain.

Perpaduan warna yang digunakan dalam desain interaktif company profile ini adalah monochromatic color. Warna yang digunakan merupakan warna hijau namun dipadukan dengan intensitas berbeda untuk menghindari kesan monoton. Pemilihan monochromatic color untuk memunculkan kesan simple yang sesuai dengan konsep perancangan yang telah ditentukan sebelumnya.

3.1.2.5 Tipografi

Tipografi merupakan elemen yang cukup penting dalam sebuah desain. Selain berfungsi menjelaskan informasi dalam company profile, tipografi juga berfungsi sebagai elemen pelengkap dalam desain interaktif company profile. Untuk itu, perlu adanya pertimbangan khusus dalam pemilihan tipografi yang digunakan dalam desain interaktif company profile PT. Simpati Global.

Jenis tipografi yang digunakan dalam perancangan interaktif company profile ini adalah “Sans Serif” karena bersifat fungsional dan mudah dibaca. Selain itu jenis font ini juga dianggap mampu mewakili era modernisme.

Untuk jenis font yang digunakan dalam perancangan menggunakan font “Century Gothic”. Jenis font ini dianggap paling cocok dengan layout desain yang telah ditetapkan karena font ini memiliki bentuk yang cukup tipis namun tetap mudah dibaca.