

BAB IV

PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

4.1 Proses Desain

4.1.1 Perancangan Karya

Pada tahap perancangan karya, hal yang pertama dilakukan adalah membuat sketsa *layout*. Adapun sketsa *layout* yang telah penulis untuk perancangan majalah ini adalah sebagai berikut.



Gambar 4.1 Sketsa *Cover*

Sumber : Penulis



Gambar 4.2 Sketsa *Layout*

Sumber : Penulis

Tahap selanjutnya yang penulis lakukan pada perancangan ini adalah melakukan proses pengambilan gambar/foto yang dilakukan secara langsung di studio toko Batik Gabovira. Proses pengambilan foto berlangsung selama 4 hari dan melibatkan 5 orang model untuk mengenakan produk dari Batik Gabovira yang akan masuk ke dalam majalah. Adapun rincian proses pengambilan gambar yang penulis telah lakukan yaitu sebagai berikut.

No.	Tanggal	Model	Produk	Lokasi
1.	4/3/24	Endah Larasati	- 3 atasan batik wanita - 2 <i>outer</i> batik wanita - 5 <i>one set</i> batik wanita	Toko Batik Gabovira
2.	5/3/24	Anatasya M.S	- 8 atasan batik wanita - 2 tas ulir batik	Toko Batik Gabovira
3.	7/3/24	Sheila Dara A.	- 3 set mukena batik - 6 hijab motif lampung	Toko Batik Gabovira
		Shendy Febrian	- 6 atasan batik pria - 2 atasan koko batik pria - 2 sarung batik - 1 peci batik	
4.	8/3/24	Jenius Calista	- 2 set terusan anak batik - 4 set gamis anak batik	Toko Batik Gabovira
		M. Afif	- 4 set atasan anak batik	

Tabel 4.1. Rincian pengambilan gambar

Sumber : Penulis

4.1.2 Digitalisasi Perancangan

Setelah melakukan proses pengambilan gambar, hal yang selanjutnya dilakukan adalah melakukan proses pengeditan foto. Pengeditan foto dilakukan menggunakan *software* Adobe Photoshop CC 2020. Proses pengeditan yang dilakukan diantaranya yaitu *retouching*, penyuntingan warna foto, *cropping*, serta menghapus *background* pada beberapa foto.



Gambar 4.3 Proses pengeditan foto

Sumber : Penulis

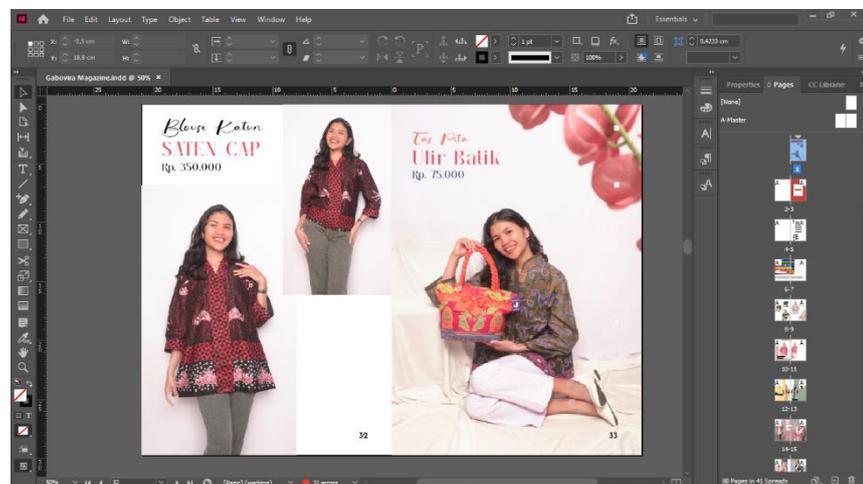
Berikut merupakan hasil dari beberapa foto yang telah melewati tahap pengeditan foto.



Gambar 4.4 Hasil pengeditan foto

Sumber : Penulis

Setelah selesai melakukan tahap pengeditan foto, selanjutnya penulis melakukan proses penyusunan majalah dengan menggunakan *software* Adobe Indesign CC 2020. Pada proses ini, dilakukan penyusunan dengan mengkombinasikan foto dengan tulisan. Tulisan di dalam majalah ini berisi tentang informasi nama, bahan, serta harga dari produk yang ditampilkan. Selain itu juga terdapat informasi singkat mengenai Batik Gabovira. Majalah ini berukuran A4 dan memiliki 80 halaman beserta *covernya*. Adapun jenis *font* yang digunakan yaitu Laluna, Josephine Sans, dan Beyond.



Gambar 4.5 Proses perancangan majalah

Sumber : Penulis

4.2 Media Utama

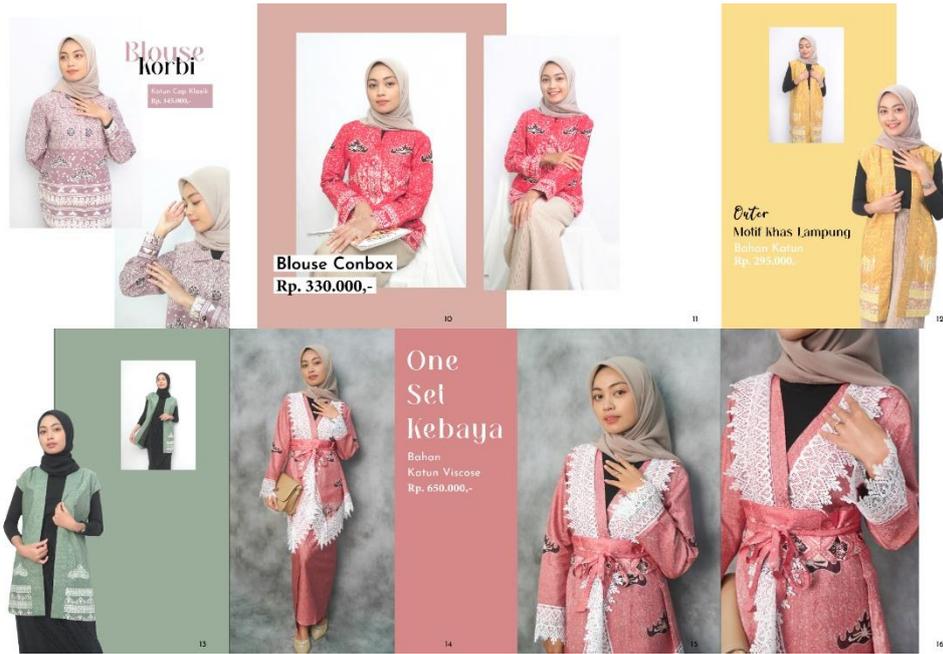
Media utama yang dibuat dalam perancangan ini adalah sebuah majalah katalog yang pengaplikasiannya akan dibuat menjadi majalah cetak edisi pertama. Majalah katalog ini menjadi media penyampaian informasi dari produk – produk batik Gabovira yang memuat gambar dan tulisan. Berikut adalah tampilan dari majalah katalog yang telah dibuat.



Gambar 4.6 Pengaplikasian majalah
 Sumber : Penulis



Gambar 4.7 Tampilan majalah 1-8
 Sumber : Penulis



Gambar 4.8 Tampilan majalah 9-16

Sumber : Penulis



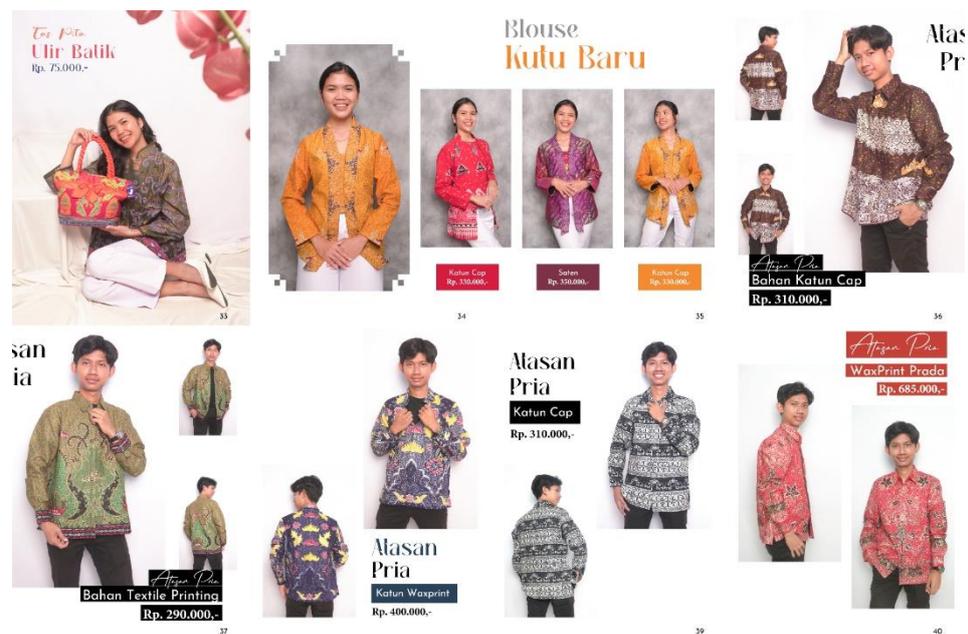
Gambar 4.9 Tampilan majalah 17-24

Sumber : Penulis



Gambar 4.10 Tampilan majalah 25-32

Sumber : Penulis



Gambar 4.11 Tampilan majalah 33-40

Sumber : Penulis



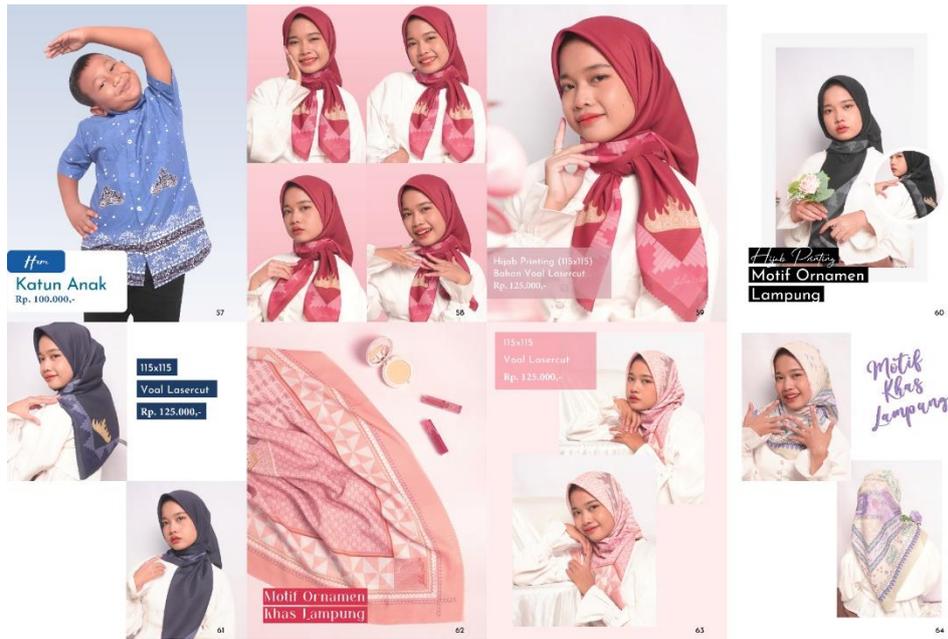
Gambar 4.12 Tampilan majalah 41-48

Sumber : Penulis



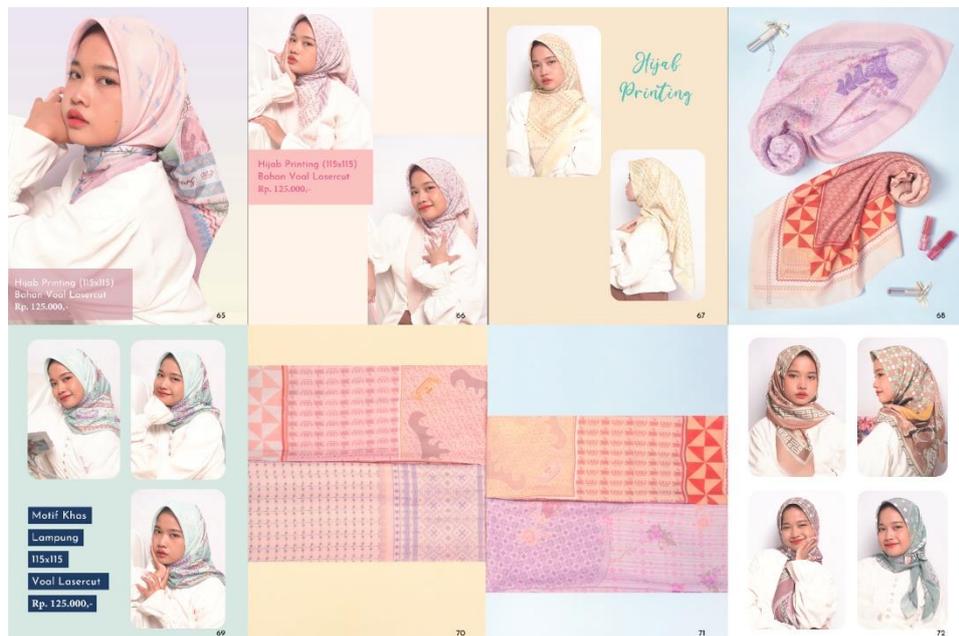
Gambar 4.13 Tampilan majalah 49-56

Sumber : Penulis



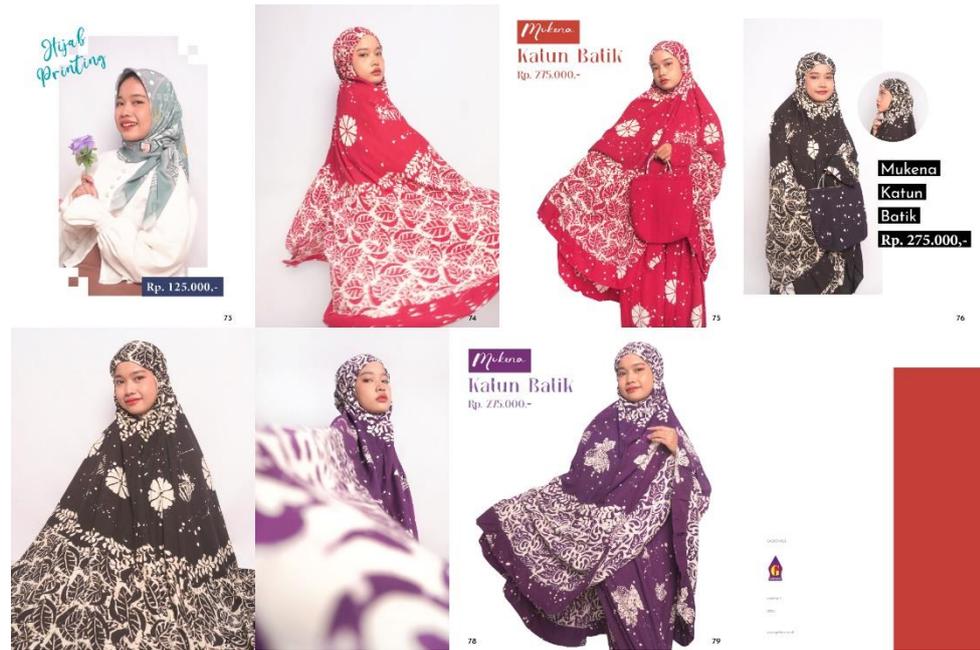
Gambar 4.14 Tampilan majalah 57-64

Sumber : Penulis



Gambar 4.15 Tampilan majalah 65-72

Sumber : Penulis



Gambar 4.16 Tampilan majalah 73-80

Sumber : Penulis

4.3 Media Pendukung

Media pendukung adalah media yang digunakan sebagai pendorong dari media utama untuk menjangkau target konsumen. Media pendukung berperan penting sebagai media pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness* dengan menampilkan informasi – informasi yang ada pada media utama. Adapun beberapa media pendukung dari majalah katalog Batik Gabovira yakni sebagai berikut.

A. Kalender Dinding

Kalender dinding merupakan media informasi yang menampilkan penanggalan sebuah wilayah berdasarkan hari, bulan, dan tahun. Kalender umumnya banyak digunakan perusahaan sebagai *merchandise* yang dapat diberikan sebagai bonus kepada para konsumen. Didalam kalender biasanya dilampirkan foto maupun ilustrasi dari produk *brand* tersebut dengan tujuan meningkatkan *brand awareness* serta sebagai sarana promosi produk.



Gambar 4.17 Kalender dinding

Sumber : Penulis

Bahan : *Art Paper* 260 Gsm

Ukuran : 32,9 x 48,3 cm (A3)

A. Kalender Duduk

Kalender duduk biasanya berukuran kecil dan diletakkan pada bidang datar seperti meja atau lemari. Kalender yang dibuat tentunya harus dapat menyampaikan informasi yang hendak disampaikan oleh sebuah *brand* kepada target konsumennya.



Gambar 4.18 Kalender duduk

Sumber : Penulis

Bahan : *Art Paper* 260 Gsm

Ukuran : 14,8 x 21 cm (A5)

B. *Box Packaging*

Box Packaging merupakan jenis kemasan berbentuk *box* / kotak dan berfungsi sebagai media penyimpanan dari sebuah produk. *Box packaging* memiliki banyak variasi model dengan menyesuaikan produk yang akan dikemas. *Box packaging* dapat menjadi salah satu media pendukung yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dari suatu produk. Dengan desain yang unik dan menarik dapat menjadi keunggulan dan ciri khas tersendiri dari *brand* tersebut.



Gambar 4.19 *Box packaging*

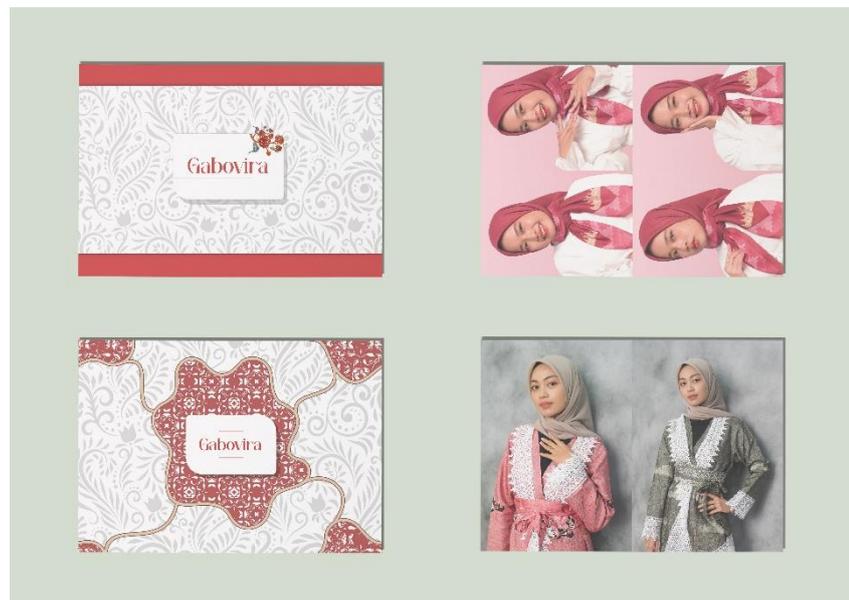
Sumber : Penulis

Bahan : *Art Paper* 260 Gsm

Ukuran : 25 x 20 x 5 cm

C. *Promotion Card*

Promotion Card merupakan sebuah selebaran kartu yang umumnya digunakan untuk mengenalkan produk – produk dari sebuah *brand*. *Promotion card* biasanya dapat ditemukan ketika kita membeli suatu produk dari sebuah *brand*. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat mengetahui koleksi terbaru dari *brand* tersebut dan melakukan pembelian ulang di toko tersebut.



Gambar 4.20 *Promotion Card*

Sumber : Penulis

Bahan : *Art Paper* 260 Gsm

Ukuran : 12 x 10 cm

D. *Tripod Banner*

Tripod banner adalah suatu media yang menampilkan informasi yang hendak disampaikan oleh sebuah *brand* untuk khalayak konsumen yang akan ditujukan. *Banner* ini biasanya digunakan untuk mempromosikan produk-produk dengan penawaran yang menarik seperti adanya diskon, produk baru, maupun penjualan *bundle* dengan harga yang miring.



Gambar 4.21 *Tripod Banner*

Sumber : Penulis

Bahan : *Vinyl*

Ukuran : 32,9 x 48,3 cm (A3)

E. X-Banner

X-Banner merupakan media penyampaian informasi yang ditampilkan di ruang publik sebagai sarana promosi dan peningkatan *brand awareness*. *X-banner* biasanya diletakkan di samping *booth* produk pada acara tertentu.



Gambar 4.22 X-Banner

Sumber : Penulis

Bahan : *Vinyl*

Ukuran : 60 x 160 cm

F. *E-Magazine*

E-Magazine merupakan media penyampaian informasi tertulis berbasis digital yang dapat ditampilkan di layar *handphone* maupun *PC* dan dapat diakses oleh banyak orang. Penggunaan *E-Magazine* di era saat ini terbilang sangat efektif sebagai media penyampaian informasi karena minim penggunaan biaya dan mudah mencapai target penciptaan majalah. *E-Magazine* Gabovira dibuat sebagai media tambahan sebagai sarana peningkatan keefektifan dari majalah yang dicetak agar target konsumen Gabovira yang berada di luar provinsi Lampung maupun konsumen media sosial Gabovira dapat melihat majalah ini.



Gambar 4.23 E-Magazine

Sumber : Penulis

Adapun hasil dari perancangan ini telah didistribusikan di toko Batik Gabovira dari bulan Juli 2024 hingga saat ini. Pendistribusian majalah dan juga media pendukungnya telah dilakukan di beberapa tempat yaitu toko Batik Gabovira dan sejumlah pameran yang telah diikuti oleh Batik Gabovira pada bulan Juli 2024 seperti Pameran UMKM Lampung Begawi 2024 dan Pameran *Wedding Market* Novotel 2024.

Untuk mengukur keefektifan perancangan majalah ini, penulis membuat kuisisioner penilaian yang dapat diisi oleh pengunjung dan *customer* Batik Gabovira selama masa pendistribusian majalah katalog ini. Adapun pertanyaan yang dibuat pada kuisisioner keefektifan perancangan majalah katalog Batik Gabovira adalah sebagai berikut.

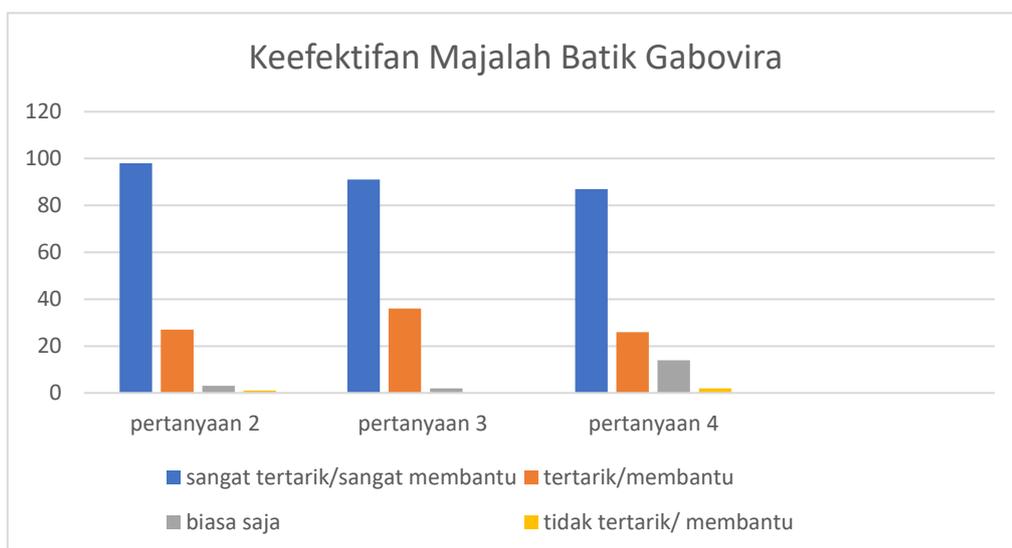
No.	Pertanyaan
1.	Dari manakah kamu mengetahui tentang Batik Gabovira?
2.	Menurutmu bagaimana tampilan visual majalah katalog (desain, tata letak, dan foto) ?
3.	Menurutmu, apakah perancangan majalah katalog akan mempermudah kamu dalam memilih dan membeli produk dari Batik Gabovira?
4.	Kedepannya, apakah kamu tertarik untuk melihat katalog yang menampilkan produk terbaru lainnya dari Toko Batik Gabovira?

5.	Adakah kritik dan saran dari teman-teman untuk keberlanjutan dari majalah ini?
----	--

Tabel 4.2. Pertanyaan kuisisioner keefektifan majalah

Sumber : Penulis

Pengisian kuisisioner tentang keefektifan perancangan majalah katalog ini memiliki 129 responden dengan hasil 52,7% (68 orang) mengetahui Batik Gabovira lewat majalah katalog, 25,6% (33 orang) mengetahui Batik Gabovira lewat teman/keluarga, 7,8% (10 orang) mengetahui Batik Gabovira saat berkunjung ke Lampung, dan lainnya mengetahui lewat media sosial, *e-commerce*, serta saat pelaksanaan pameran UMKM Lampung Begawi 2024.



Grafik 4.1. Grafik hasil kuisisioner

Sumber : Penulis

Selanjutnya didapatkan hasil pengisian kuisisioner pengunjung dan konsumen Batik Gabovira yang ditampilkan pada grafik diatas. Hasil pada grafik menunjukkan bahwa 98 dari 129 orang merasa bahwa tampilan visual majalah katalog Batik Gabovira (desain, tata letak, dan foto) mempunyai tampilan yang sangat menarik. Kemudian 91 dari 129 orang merasa bahwa perancangan majalah katalog akan mempermudah konsumen dalam memilih dan membeli produk dari Batik Gabovira. Dan 87 dari 129 orang merasa tertarik untuk melihat katalog yang menampilkan produk terbaru lainnya dari Batik Gabovira.

Selain itu, pengukuran keefektifan majalah ini didukung oleh Bapak Gatot Kartiko selaku pemilik Batik Gabovira serta tim pemasaran dari Batik Gabovira dengan respon positifnya atas kehadiran majalah katalog ini. Bapak Gatot Kartiko merasa senang atas adanya inovasi baru yang dapat mempermudah tim Batik Gabovira melakukan promosi lewat media foto produk dan majalah katalog. Majalah ini nantinya akan terus digunakan sebagai katalog di toko Batik Gabovira serta digunakan pada berbagai *event* pameran yang nantinya akan diikuti oleh Batik Gabovira.