

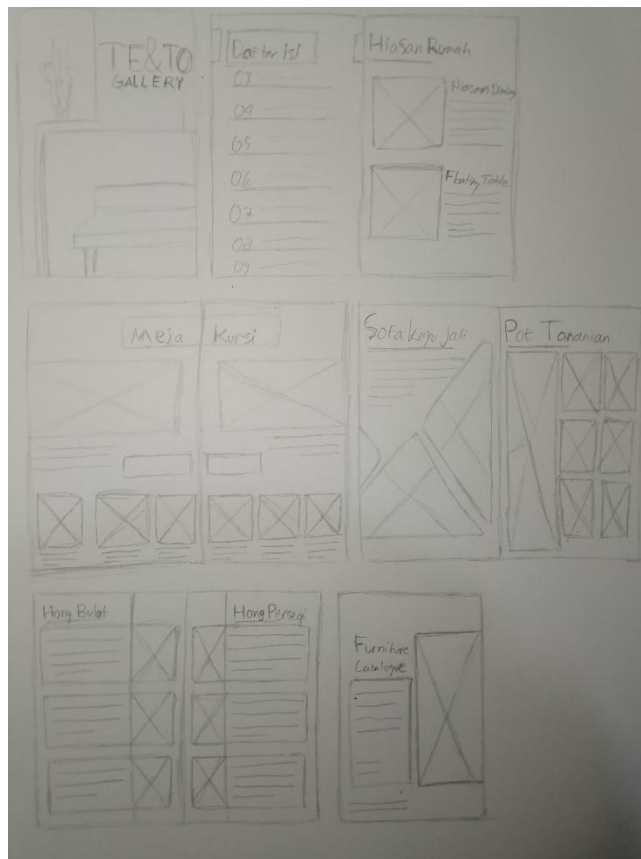
BAB IV

PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

4.1 Proses Desain

4.1.1 Perancangan Sketsa

Pada metode proses desain, penulis melakukan perancangan desain dengan membuat konsep yang akan digunakan pada perancangan *e-catalogue*. Pada perancangan ini penulis menciptakan konsep menggunakan *moodboard* dan berdasarkan data yang telah didapatkan selama proses observasi dan wawancara. Penulis menciptakan konsep *cover* (sampul) depan dan belakang, serta isi *e-catalogue* dengan menggunakan sketsa gambar.



Gambar 4.1 Sketsa perancangan *e-catalogue*
(Sumber : Penulis 2025)

4.1.2 Fotografi

Setelah proses perancangan sketsa selesai, maka tahapan perancangan akan berlanjut ke tahapan fotografi produk. Fungsi fotografi produk

untuk menampilkan produk kepada calon konsumen dengan menggunakan foto atau gambar, sehingga informasi yang disampaikan dapat di perjelas dengan foto, dan perpaduan deskripsi fotografi dapat menyampaikan pesan dengan baik.

Teknik fotografi yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan Teknik fotografi lanskap dan potret. Jarak yang digunakan dalam pengambilan foto produk adalah *close-up*(jarak dekat) dan *medium* (jarak menengah). Jarak tersebut digunakan agar dapat menampilkan detail produk secara jelas.



Gambar 4.2 Foto sofa kayu jati

(Sumber : Penulis 2025)



Gambar 4.3 Foto floating table

(Sumber : penulis 2025)



Gambar 4.4 Foto Hiasan dinding
(Sumber : Penulis 2025)



Gambar 4.5 Foto Kursi dan meja kayu jati
(Sumber : Penulis 2025)



Gambar 4. 6 Foto pot tanaman
(Sumber : Penulis 2025)



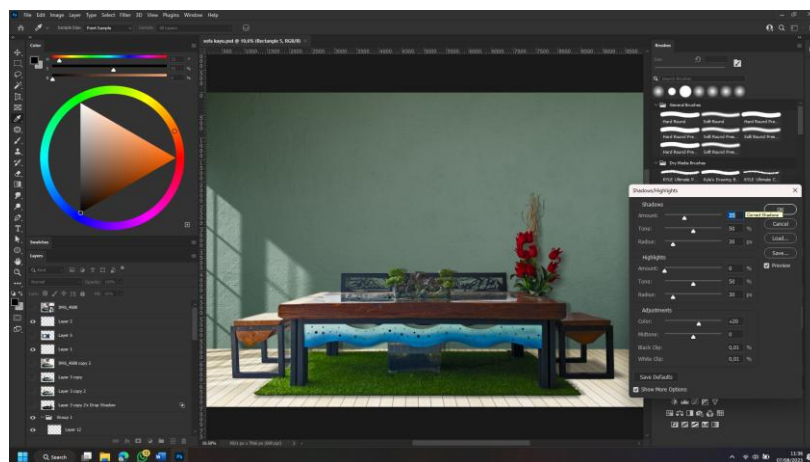
Gambar 4. 7 Foto Hong bulat
(Sumber : Penulis 2025)



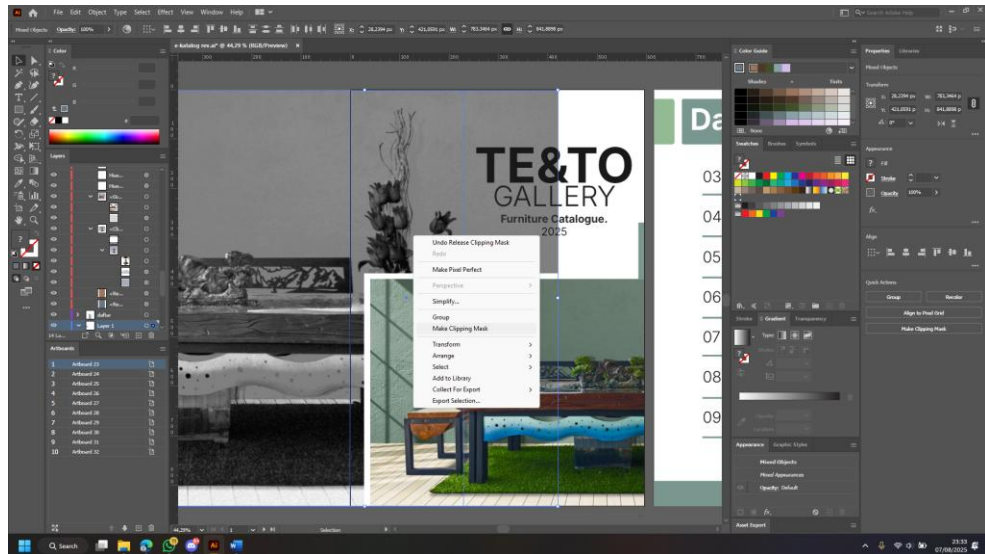
Gambar 4.8 Foto Hong Persegi
(Sumber : 2025)

4.1.3 Digitalisasi

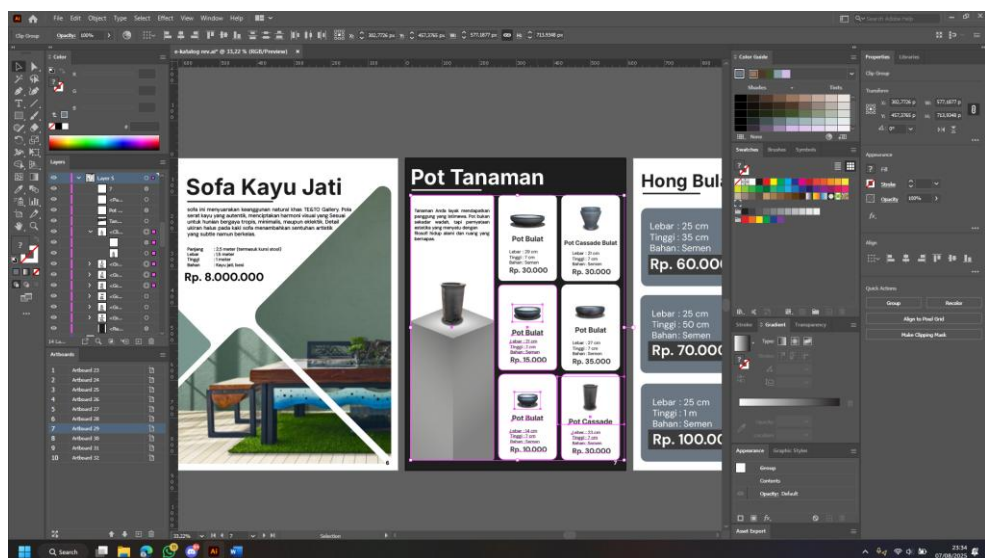
Pada tahap digitalisasi, penulis menggunakan *software Adobe Photoshop* untuk mengedit foto dan *Adobe Illustrator* untuk membuat desain *e-catalogue, layout*, dan tipografi.



Gambar 4.9 Editing foto
(Sumber: Penulis 2025)



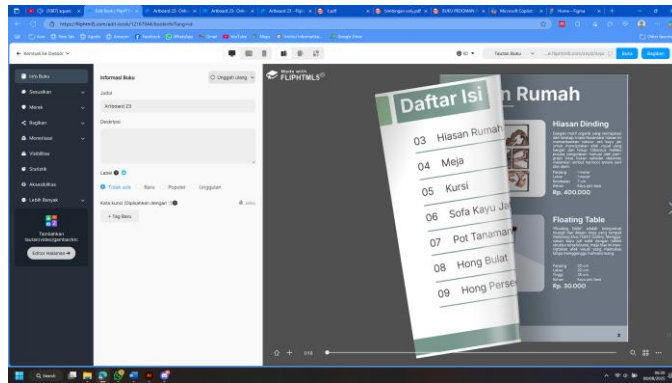
Gambar 4.10 Merancang *cover e-catalogue*
(Sumber : Penulis 2025)



Gambar 4.11 Menyusun gambar
(Sumber : Penulis 2025)

4.1.4 Interaktif

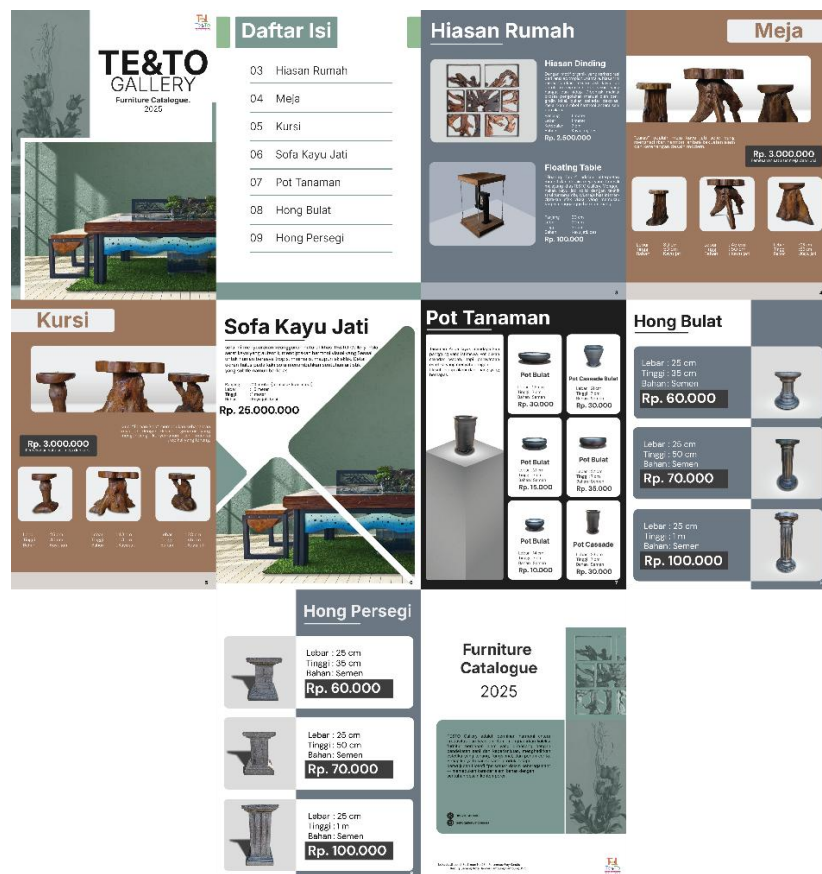
Tahap perancangan berikutnya adalah interaktif, dimana *e-catalogue* akan dibuat menjadi lebih hidup dengan animasi pergerakan membuka buku yang disediakan oleh *website Flip HTML5*.



Gambar 4.12 Interaktif di *Flip HTML5*
(Sumber : Penulis 2025)

4.2 Final Desain

Perancangan masuk ke tahap final desain. Penulis mendapatkan data dan referensi desain yang ada di perusahaan TE&TO Gallery. Sehingga penulis dapat merancang desain *e-catalogue* sesuai dengan kebutuhan calon konsumen.



Gambar 4.13 Final desain *e-catalogue* TE&TO Gallery
(Sumber : Penulis 2025)

4.3 Media Utama

Setelah semua desain *e-catalogue* selesai, tahap akhir dari proses perancangan ini adalah mengunggah desain *e-catalogue* ke website *Flip HTML5*. *Flip HTML5* digunakan oleh penulis untuk membuat *e-catalogue* menjadi lebih interaktif dan dapat di gunakan oleh calon konsumen selayaknya buku



Gambar 4.14 Tampilan *e-catalogue* di website *Flip HTML5*
(Sumber : Penulis 2025)

4.4 Media Pendukung

Media pendukung atau media lini bawah sangat penting dalam mendorong dan memandu media utama dalam mempromosikan suatu perusahaan. Berikut adalah media utam yang digunakan dalam pernacangan *e-catalogue* TE&TO Gallery.

1. *X Banner*

X Banner berfungsi sebagai media pemasaran berisi publikasi, iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya.



Gambar 4.15 Media pendukung *x banner*
(Sumber : Penulis 2025)

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Bahan : *Polyskin*

2. Stiker

Stiker adalah sebuah label kertas yang berfungsi sebagai media yang dapat ditempelkan di permukaan rata dan dapat menjadi media promosi suatu brand atau tempat.



Gambar 4.16 Media pendukung stiker

(Sumber : Penulis 2025)

Ukuran : 4 cm x 8 cm

Bahan : Kertas stiker

3. Kartu Nama

Kartu nama biasa digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi seperti nama, identitas perusahaan, hingga kontak. Kartu nama juga dapat digunakan sebagai alat promosi seperti mencantumkan *tagline*, media sosial, dan kode QR.



Gambar 4.17 Media pendukung kartu nama

(Sumber : Penulis 2025)

Ukuran : 9 cm x 6 cm

Bahan : *Art Paper*

4. Gantungan Kunci

Sesuai Namanya, gantungan kunci sering digunakan sebagai pemberat kunci dan sebagai penanda agar kunci tidak mudah hilang. Gantungan kunci dapat digunakan sebagai media promosi yang relative praktis dan tahan lama karena digunakan setiap hari, sehingga *brand* terus terlihat.



Gambar 4.18 Media pendukung gantungan kunci
(Sumber : Penulis 2025)

Ukuran : 4 cm

Bahan : PVC

5. Poster

Poster sering digunakan sebagai alat promosi yang biasa ditemui menempel di dinding dalam bentuk cetak maupun di layer dalam bentuk digital.



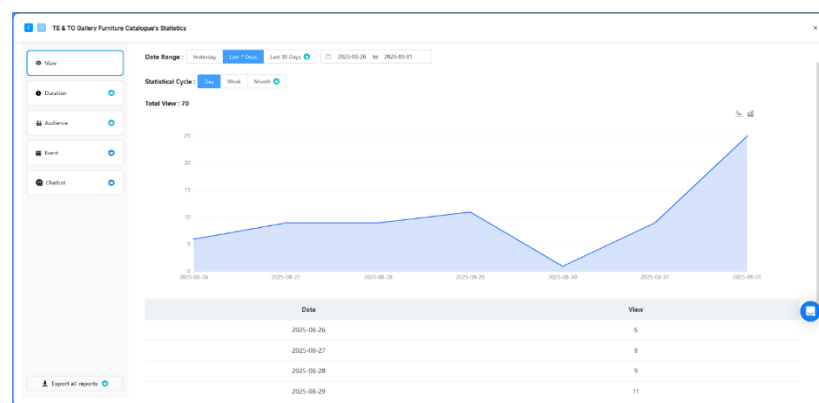
Gambar 4.19 Media pendukung poster digital
(Sumber : Penulis 2025)

4.5 Post Test

Hasil di publikasi pada *website FlipHTML5*. Publikasi menggunakan akun *website* pribadi penulis. Rincian terkait pada hasil publikasi dapat di lihat melalui statistik yang ada di *website FlipHTML5*.

1. *FlipHTML5*

Terdapat total 70 *view* sejak tanggal awal publikasi yaitu tanggal 27 Agustus 2025 hingga tanggal 09 September 2025.

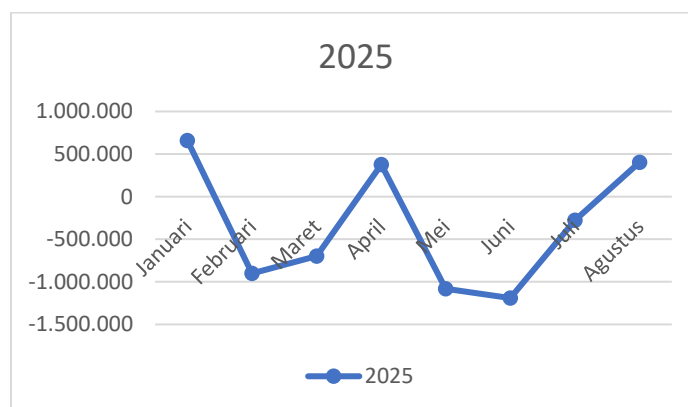


Gambar 4.20 *Insight FlipHTML5*

(Sumber : Penulis 2025)

2. Data Penjualan Perusahaan

Menurut data penjualan perusahaan TE&TO Gallery, terhitung bahwa angka penjualan furnitur secara perlahan mengalami peningkatan yaitu sebanyak Rp. 402.500 pada bulan Agustus.



Gambar 4.21 Statistik penjualan perusahaan TE&TO Gallery pada tahun 2025

(Sumber : TE&TO Gallery 2025)