

BAB II

IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1 Studi Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

Berdasarkan identifikasi dan analisis data yang akan di lakukan maka penulis melakukan pemaparan beberapa teori yang berhubungan dengan perancangan *e-catalogue* TE&TO Gallery, berikut adalah teori tersebut:

1. Teori Desain Komunikasi Visual

Proses pengolahan media dalam berkomunikasi untuk pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat disebut desain komunikasi visual. Menurut (Lester, 2021) Komunikasi visual adalah proses menyampaikan informasi atau pesan melalui media gambar yang hanya dapat dibaca oleh mata orang lain. Menurut (Ricky W. Putra, 2020) Desain Komunikasi Visual merupakan proses kreatif yang memadukan seni dan teknologi untuk menyampaikan suatu ide.

2. Teori Katalog

Katalog adalah alat komunikasi visual yang memberikan informasi lengkap tentang barang dan jasa kepada konsumen dalam bentuk buku yang terdiri dari beberapa halaman dan dijilid dengan cara yang menarik. (Putra Uji Deva Satrio, 2019). Katalog adalah sebuah istilah suatu daftar barang atau benda yang terdapat pada suatu tempat tertentu, sebagai contoh katalog penerbit merupakan informasi daftar bahan pustaka yang telah atau akan diterbitkan oleh suatu atau beberapa penerbit yang berisi informasi tentang pengarang, judul bahan pustaka, edisi, tahun terbit, dan harga dari bahan pustaka tersebut (Yaya Suhendar, 2005).

3. Teori Warna

Warna dapat didefinisikan secara fisik atau subjektif sebagai sifat cahaya yang dipancarkan atau sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Panjang gelombang dapat mengubah warna secara fisik atau objektif. Salah satu jenis pancaran energi adalah cahaya yang tampak oleh mata, berdasarkan panjang gelombangnya. Dengan menggunakan prisma kaca, cahaya dengan panjang gelombang 380–780 nanometer dapat diuraikan menjadi "spektrum" atau warna cahaya yang berbeda. Spektrum ini terdiri dari berkas ungu, violet, indigo, biru, hijau, kuning, jingga, dan merah. Jenis warna dibagi menjadi dua jenis: additive dan subtractive. Warna subtraktif berasal dari pigmen, sedangkan warna additif berasal dari spektrum cahaya. Warna pokok cahaya terdiri dari merah, hijau, biru, atau RGB, yang juga dikenal sebagai sistem warna additive. Warna pokok subtraktif adalah sian, magenta, dan kuning, yang dikenal sebagai warna model CMY. Warna pokok additive adalah merah, hijau, biru, dan biru, yang dikenal sebagai warna model RGB. Pelbagai kemungkinan pencampuran warna-warna cahaya tersebut akan menghasilkan warna diluar ketiga nya. Pelbagai kemungkinan percampuran warna cahaya itu adalah sebagai berikut:

- a. Cahaya biru dipadukan dengan cahaya merah menghasilkan cahaya magenta.
- b. Cahaya merah dipaduakn dengan cahaya hijau menghasilkan cahaya kuning.
- c. Cahaya hijau dipadukan dengan cahaya biru menghasilkan cahaya sian (*cyan*).
- d. Cahaya biru dipadukan dengan cahaya merah dan cahaya hijau menghasilkan cahaya putih jernih/bening/cahaya terang siang hari/gabungan dari spektrum cahaya. Putih berarti memuat semua spektrum cahaya.

Untuk menghasilkan efek tertentu, seperti gembira, sedih, romantis, horor, menakutkan, dll., Anda dapat membuat warna lain dengan

menggabungkan berbagai warna cahaya. Pencampuran warna ini sangat menyatu, atau sempurna. Warna cahaya sangat cemerlang karena warnanya murni tanpa campuran.

Warna pokok bahan (pigmen) terdiri dari sian (*cyan*), magenta, dan kuning (*yellow*), atau disebut CMY. Dengan cara mencampur warna pokok ini dalam pelbagai kemungkinan kombinasi, kita dapat memperoleh warna-warna lain diluar ketiganya. Pelbagai kombinasi itu diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pigmen kuning dicampur dengan sian menghasilkan hijau.
- b. Pigmen magenta dicampur dengan pigmen kuning menghasilkan jingga merah (*orange*).
- c. Pigmen sian dicampur dengan magenta menghasilkan ungu biru (*violet*).
- d. Pigmen kuning dicampur magenta dicampur sian menghasilkan warna gelap/hitam. Hitam artinya tidak ada spektrum cahaya, karena hitam bukan spektrum cahaya.

Untuk menghasilkan warna baru, campuran warna dari hasil pencampuran warna pokok bahan di atas dapat dilakukan. Pencampuran warna bahan ini tidak sempurna; warna-warna tersebut sebenarnya tidak bercampur, hanya bercampur satu sama lain. Karena pigmen selalu mengandung zat kotor atau bahan warna lain, warna bahan tidak secemerlang warna cahaya. Oleh karena itu, karena setiap warna memiliki unsur warna gelap, sistem pewarnaan komputer untuk pigmen ini selalu disusun dengan formulasi CMYK. Unsur K berarti kadar atau prosentase warna hitam atau gelap. Sistem pewarnaan subtraktif juga dikenal sebagai sistem pewarnaan CMYK. (Sadjiman, 2010).

4. Teori *Layout*

Layout adalah cara elemen visual diatur pada sebuah halaman; biasanya termasuk prinsip komposisi untuk mencapai tujuan tertentu.

(O'Connor, Z, 2014). *Layout* pada dasarnya dapat digambarkan sebagai tata letak elemen desain di suatu area media tertentu untuk mendukung ide atau pesan yang dibawanya. (Surianto R, 2009)

5. Teori Tipografi

Tipografi adalah seni dan Teknik mengatur jenis huruf untuk membuat Bahasa tertulis dapat di baca, mudah di pahami dan menarik ketika di tampilkan. Penggunaan jenis huruf melibatkan pemilihan jenis huruf, ukuran titik, panjang garis, spasi garis, spasi huruf, dan spasi di antara pasangan huruf.(Bringinghurst, 2002). Menurut (Rendy, 2023) Tipografi adalah suatu seni atau teknik untuk menyusun elemen huruf dan teks agar dapat dibaca dengan mudah dan maknanya tersampaikan dengan jelas.

6. Teori Fotografi

Dalam istilah umum, fotografi adalah proses atau metode untuk menciptakan gambar atau foto dari sebuah objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya (Irdha Y, 2021).

A. Teori Pencahayaan

Pencahayaan adalah proses, cara, perbuatan memberi cahaya (KBBI, 2006). Penataan cahaya dalam bidang fotografi dapat berlaku saat menata cahaya alami ataupun cahaya buatan, untuk penataan cahaya alami biasanya alat seperti *diffuser* atau pelembut cahaya dan *reflector* akan digunakan untuk membantu memberikan cahaya tambahan pada bidang gelap (Kusuma, 2022).

B. Teori *Angle*

Dalam fotografi, *Angle* adalah sudut pandang kamera saat menangkap gambar/objek foto (Darin R, 2023).

I. Bird Eye

Sudut pengambilan gambar ini berada jauh lebih tinggi dari objek foto

II. High Angle

Sudut pengambilan gambar ini berada lebih tinggi dari objek foto.

III. Eye Level

Sudut pengambilan gambar ini sejajar dengan objek foto seperti mata memandang.

IV. Low Angle

Sudut pengambilan gambar ini berada lebih rendah dari objek foto.

V. Frog Eye

Sudut pengambilan gambar ini sebatas dengan mata katak dan tidak dihadapkan ke atas. (Sanni et al., 2016)

7. Teori Fotografi Desain

Fotografi desain adalah penggabungan antara fotografi dan desain komunikasi visual. Ini digunakan untuk membantu proses komunikasi, menggambarkan suatu keadaan atau produk (Lesie Y, 1999). Menurut (Prayanto W, 2019) Fotografi Desain adalah '*not just taking picture, but making picture*', yang berarti aktivitas memotret tidak hanya mengambil gambar, melainkan membuat gambar. Membuat foto merupakan aktivitas memotret untuk menciptakan gambar melalui proses perencanaan, dibuat selaras dengan konsep dengan tujuan yang jelas. Untuk itulah dalam merancang foto diperlukan berbagai pertimbangan.

10. Teori Adobe Photoshop

Menurut (Ziveria et al., 2020) *Adobe Photoshop* atau biasa disebut *Photoshop* adalah program editor foto yang dibuat oleh Adobe System yang difokuskan pada pengeditan gambar dan efek. *Adobe Photoshop*

adalah salah satu perangkat lunak canggih yang dapat digunakan untuk membuat, mengedit, dan mengubah gambar. Ada delapan versi program ini yang dikenal sebagai *Photoshop CS (Creative Suite)*, sembilan versi dikenal sebagai *Photoshop CS3*, dua belas versi dikenal sebagai *Photoshop CS4*, ketiga belas versi dikenal sebagai *Photoshop CS6*, dan versi terbaru adalah *Photoshop CC*.

Hasil dari program *Adobe Photoshop* merupakan sebuah gambar atau *image* yang di dalam program komputer grafis yang terdiri dari dua kategori, yaitu *bitmap* dan *vector* (*Mahir Dalam 7 Hari Adobe Photoshop CS*, 2005).

11. Teori *Adobe Illustrator*

Menurut (Lubis et al., 2022) adalah *software* grafis profesional berbasis vector. *Software* berbasis vector memiliki kelebihan memperbesar objek tanpa menurunkan kualitas visual dari objek dan tidak membutuhkan resolusi yang tinggi. *Adobe Illustrator* adalah sebuah standar cetak industri, multimedia, dan *software* ilustrasi online (Brian Wood, 2025)

12. Teori *Flip HTML5*

Flip HTML adalah sebuah perangkat lunak yang dapat digunakan untuk pembuatan bahan ajar elektronik. Bahan ajar yang dihasilkan bersifat interaktif serta dapat ditambahkan gambar, audio, video hingga animasi (Saputra & Elfia, 2022). *FlipHTML5* adalah semacam *software* pembalik halaman profesional untuk mengalih bentukkan dari berkas yang berwujud PDF menjadi halaman balik penerbitan digital (Fauziah & Wulandari et al., 2022).

2.1.2 Kajian Literatur

Tabel 2.1 Kajian Literatur

No	Nama & Judul penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian

1	Nadia Sigi Prameswari Maria Krisnawati Pratama Bayu Widagdo Karina Hanum Luthfia (2023) Desain <i>E-catalogue</i> UMKM fesyen “Womanpreneur Community” Surakarta Dalam Transformasi Ekonomi Digital	Perancangan <i>e-catalogue</i> menghasilkan <i>prototype</i> yang dapat diaplikasikan oleh UMKM, khususnya yang tergabung dalam WPC, dan dapat digunakan oleh UMKM secara umum untuk memasarkan produk mereka. Metode yang digunakan oleh penulis adalah pengumpulan kebutuhan pengguna, perancangan, evaluasi <i>prototype</i>.	Penelitian ini menggunakan metode, dan pengumpulan kebutuhan pengguna.
2	Jimmy Pratama Infrisanti Wilson Tong (2022) Implementasi Foto Produk dan Katalog <i>Company Profile</i> di PT Katindo Utama Menggunakan Metode MDLC	Penulis juga melakukan perancangan katalog <i>company profile</i> yang dapat merepresentasikan perusahaan dengan tujuan agar dapat mengenalkan perusahaan kepada calon pelanggan	Penelitian ini menggunakan metode MDLC (<i>Multimedia Design Life Cycle</i>). Penelitian ini menggunakan gaya desain <i>e-catalogue</i> berbasis <i>website</i>.

		dan mitra bisnis dengan lebih mudah. Metode yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah MDLC (<i>Multimedia Design Life Cycle</i>)	
3	Alifya NFH Edi Suhardi Rahman (2021) Perancangan <i>E-catalogue</i> Objek Wisata Mamminasata	<i>E-catalogue</i> media promosi objek wisata Mamminasata dikembangkan dinilai sangat layak oleh validator media dengan skor efisiensi produk memiliki kategori sangat layak dengan persentase sebesar 91%. Sedangkan aspek ketiga mengenai kualitas teknis dan keefektifan dinyatakan sangat layak dengan persentase sebesar 93%. Metode yang digunakan oleh penulis dalam	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan metode <i>Research and Development</i>.

		penelitian ini adalah metode <i>research</i> <i>and development</i> .	
--	--	---	--

2.2 Objek penelitian

2.2.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : TE&TO Gallery
 Pendiri : Teguh Sugiarto dan Ust Tosirun
 Lokasi : Jl. Pulau Singkep No.3, Sukabumi, Kec.
 Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35122.

2.2.2 Filosofi Perusahaan

Nama TE&TO diambil dari kedua nama pendiri perusahaan yaitu bapak Teguh Sugiarto dan Ust Tosirun. Sedangkan untuk nama Gallery memiliki filosofi bahwa perusahaan TE&TO Gallery tidak hanya melayani pembuatan mebel berbahan kayu melainkan juga melayani pembuatan furnitur ruah seperti hiasan dinding, lampu berdiri, landasan batu suiseki dan lain lain.

2.2.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi perusahaan yang baik dalam bidang furnitur dan pendukungnya serta inovatif dalam pengembangan gaya seni furniture namun tidak lupa dengan memperhatikan kelestarian alam.

Misi:

- Menghadirkan produk furnitur berkualitas tinggi yang dirancang dengan inovasi dan perhatian terhadap detail, untuk memenuhi preferensi pelanggan.
- Memberikan pelayanan pelanggan yang terbaik dengan mendengarkan umpan balik dan beradaptasi dengan kebutuhan calon pelanggan.
- Menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dan proses produksi yang berkelanjutan untuk meminimalkan dampak lingkungan.

2.2.4 Sejarah Perusahaan

Sejarah perusahaan TE&TO Gallery tidak terlepas dari pendiri TE&TO Group yaitu bapak Teguh Sugiarto dan Ust Tosirun. Berdiri pada tahun 2021 oleh bapak Teguh Sugiarto, perusahaan ini berdiri dari hobi yang menyukai ornamen alam seperti meja, kursi, landasan batu suiseki dan seni ukiran kayu lainnya.

Pada tahun 2020 akhir saat TE&TO Property sedang melakukan pembukaan lahan untuk dibangun kompleks kavling, sisa tunggul pohon dari penebangan pembukaan lahan biasanya hanya akan di buang lantaran hanya akan membuat kontur tanah tidak merata. Melihat hal itu bapak Teguh Sugiarto mencoba untuk membuat karya seni dengan memanfaatkan tunggul pohon yang tersisa. Melihat ada peluang dari hobi tersebut, bapak Teguh Sugiarto mendirikan perusahaan yang bergerak dibidang furnitur kayu yaitu TE&TO Gallery.

2.2.5 Informasi Produk

Perusahaan TE&TO Gallery saat ini melayani pembuatan Kusen kayu, pot tanaman, pillar pot tanaman , meja, kursi, roster dinding.

1. Pot tanaman

Pot tanaman yang dihasilkan disini terbuat dari bahan semen dan memiliki ukuran dan bentuk yang beragam seperti persegi, persegi panjang, lingkaran, oval, dan poligon.

2. *Pillar* pot tanaman

Pillar disini berbahan dasar semen dan memiliki tinggi yang bervariasi, seperti 20 cm, 35 cm hingga 50 cm.

3. Meja dan kursi

Meja dan kursi menggunakan bahan dasar kayu jati, kayu cempaka, dan kayu bayur.

4. Hiasan Dinding

Hiasan dinding menggunakan bahan dasar kayu alam yang minim modifikasi, menciptakan Kesan alami pada produk

2.2.6 Cakupan Wilayah Pemasaran

Cakupan wilayah pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan TE&TO Gallery adalah wilayah daerah Bandar Lampung.

2.2.7 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan TE&TO Gallery

(Sumber : TE&TO Gallery 2025)

Logo Perusahaan TE&TO Gallery memiliki filosofi bangku yang melambangkan furnitur pemandangan alam yang melambangkan furnitur bertema alam dan tetap melestarikan alam sekitar, serta warna hijau yang melambangkan nuansa alam pada setiap furnitur.

2.2.8 Tinjauan Kompetitor

Tinjauan competitor adalah kegiatan mengidentifikasi dan mempelajari pesaing untuk memperoleh informasi penting demi pengembangan bisnis.(Sarah Firyal S, 2023).

Tabel 2.2 Tinjauan Kompetitor

Indikator	Toko Dekoruma	Toko Karya Indah Jaya
Lokasi	Bandar Lampung	Bandar Lampung
Target Konsumen	Pria dan Wanita yang telah memiliki rumah	Pria dan Wanita yang telah memiliki rumah

Produk	Mebel dan furnitur rumahan	Furnitur kustom
Media sosial	<i>Instagram, website, google maps</i>	<i>Instagram, website, google maps</i>
Strategi promosi	Iklan media sosial, promo dan diskon hari besar	Iklan media sosial dan promo

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif deskriptif untuk memperoleh data yang mendalam terhadap peristiwa atau gejala yang sedang terjadi saat ini. Pada perancangan ini pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi lapangan, dan studi literatur.

1. Observasi

Penulis melakukan di lapak pembuatan pot tanaman dan lapak pembuatan kusen kayu.



Gambar 2.2 Observasi Lapangan di Lapak TE&TO Gallery

(Sumber: Penulis, 2025)

Pada gambar 2.2, penulis melakukan observasi ke salah satu lapak pembuatan pot dan kusen kayu perusahaan TE&TO Gallery untuk mendapatkan informasi lebih dalam mengenai produk yang di jual di perusahaan tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu Teknik pengumpulan data melalui percakapan dua orang atau lebih secara langsung.



Gambar 2.3 Sesi wawancara dengan pekerja di Perusahaan TE&TO Gallery
(Sumber: Penulis, 2025)

Pada Gambar 2.3 penulis melakukan wawancara secara langsung di salah satu lapak milik TE&TO Gallery. Penulis melakukan sesi wawancara dengan bapak Safri selaku salah satu pekerja di perusahaan TE&TO Gallery dan bapak Sobari. Dari proses wawancara dengan bapak Safri didapatkan beberapa informasi terkait dengan bahan yang digunakan di produk furnitur adalah jenis kayu Jati, kayu cempaka, kayu bayur, kayu medang, dan kayu akasia.

2.4 Analisis Data

1. Analisis SWOT

Tabel 2.3 Analisis SWOT *e-catalogue* TE&TO Gallery

	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
	1. Perusahaan TE&TO Gallery selalu menghasilkan produk yang berkualitas.	1. Perusahaan TE&TO Gallery belum menggunakan media sosial sebagai media promosi secara maksimal.
	2. Produk yang dihasilkan memiliki Kesan eksklusif.	

	3. Perusahaan TE&TO Gallery menerima jasa pembuatan furnitur kustom	2. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh perusahaan TE&TO Gallery masih menggunakan katalog cetak yang membuat penyebaran informasi kurang efisien.
Peluang (Opportunity) 1. TE&TO Gallery memiliki koneksi hubungan yang baik dengan beberapa pemilik hotel dan toko furnitur lain di Bandar Lampung. 2. Iklan digital yang terjangkau mempermudah dalam penyebaran informasi.	Strategi SO 1. Perusahaan TE&TO Gallery dapat menerima pesanan kustom yang datang dari pemilik hotel dan toko furnitur lain. 2. Iklan digital dapat dimanfaatkan oleh perusahaan TE&TO Gallery untuk menyebarkan informasi terkait dengan yang berkualitas dan terkesan eksklusif.	Strategi WO 1. TE&TO Gallery dapat menggunakan katalog digital sebagai media penyebaran informasi agar lebih efisien dan menarik minat beli calon pembeli. 2. Pihak perusahaan dapat menggunakan pengalaman penggunaan produk yang sudah digunakan oleh pihak lain seperti hotel sebagai Gambaran kualitas produk kepada calon konsumen.

Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi ST	Strategi WT
1. Semakin banyaknya kompetitor baru yang memiliki konsep usaha yang serupa.	1. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan TE&TO Gallery terkesan eksklusif, dimana produk yang ditawarkan belum tentu dapat ditiru oleh competitor.	1. Perusahaan TE&TO Gallery dapat menggunakan media digital untuk menyebarkan informasi mengenai produk yang ditawarkan seperti <i>e-catalogue</i>
2. Persaingan harga yang lebih rendah dengan competitor.	2. Perusahaan TE&TO Gallery dapat membuat furnitur yang berkualitas dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk.	2. Media sosial dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai media penyebaran promosi dan informasi agar tampil menarik dan berbeda dari para competitor lainnya.
3. Kompetitor sudah menggunakan media digital untuk mempromosikan produknya.		

2. Analisis USP (*Unique Selling Product*)

“Furnitur alam yang sesuai dengan keinginan dan tetap lestari” perusahaan TE&TO Gallery menawarkan kustomisasi furnitur yang menonjolkan konsep alam yang tetap melestarikan alam sekitar.

2.5 *Product Positioning*

Dari hasil analisa yang telah dilakukan penulis, di ketahui produk yang di tawarkan oleh TE&TO Gallery adalah Jasa pembuatan furnitur kustom sesuai dengan keinginan pembeli, pembuatan hiasan dinding, pot tanaman bonsai, hong hingga mebel.

2.6 Kesimpulan Analisa

Dari jawaban pada analisis 5W1H dinyatakan bahwa dibutuhkan media penyampaian informasi dan promosi dalam upaya meningkatkan penjualan. Kendala yang dihadapi saat ini adalah menurunnya tingkat penjualan yang disebabkan oleh kurang efektifnya penyebaran informasi dan promosi perusahaan.

2.7 Solusi Perancangan

Berdasarkan Analisa yang telah dilakukan oleh penulis, maka solusi yang dapat dilakukan adalah memperbaiki penyebaran informasi dan promosi perusahaan TE&TO Gallery dengan media *e-catalogue* supaya calon konsumen mudah mengakses informasi dan tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan.