

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah elemen penting dalam perancangan *e-catalogue* untuk membantu penjualan produk dan penyebaran informasi perusahaan TE&TO Gallery secara optimal. Dari permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan TE&TO Gallery, dimana angka penjualan yang menurun disebabkan oleh faktor penyebaran informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan pada calon konsumen masih menggunakan katalog cetak yang dinilai kurang efektif. Maka strategi yang dapat dilakukan adalah merancang sebuah katalog elektronik yang bisa di sebar secara *online* agar informasi dapat dengan mudah diakses oleh calon konsumen dan dapat meningkatkan penjualan produk dan jasa di perusahaan TE&TO Gallery.

3.1.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah kelompok individu yang menjadi fokus utama dalam komunikasi atau suatu kegiatan. Sasaran tersebut bersifat spesifik dan terukur, sehingga memungkinkan informasi yang disampaikan dapat mencapai objek yang dituju secara optimal. Segmentasi dari perancangan ini adalah:

1. Demografis

Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki
Umur : 25-50 tahun
Status : Sudah memiliki rumah

2. Geografis

Secara geografis, khalayak sasaran yang menjadi sasaran utama dalam perancangan ini adalah orang-orang berusia 25-50 tahun yang berdomisili di provinsi Lampung.

3. Psikografis

Calon konsumen cenderung tertarik dengan bacaan digital yang praktis, mudah diakses, dan mengandung informasi yang singkat dan jelas. Hal tersebut menjadikan tata letak, tipografi dan fotografi sebagai faktor penting di karakteristik perancangan *e-catalogue* ini.

4. *Consumer Journey*

Consumer journey adalah tahapan yang dilalui oleh konsumen sebelum mencapai tujuan akhirnya. Tujuan dari *consumer journey* adalah untuk menentukan medium yang tepat untuk digunakan dalam interaksi dengan khalayak sasaran. Dari hasil *consumer journey*, benda yang sering digunakan oleh konsumen adalah *smartphone*, laptop, dan tablet. Dengan ini penulis memutuskan bahwa medium utama yang akan dikembangkan adalah katalog elektronik atau *e-catalogue*.

5. *Consumer Insight*

E-catalogue perusahaan TE&TO Gallery ditujukan untuk pria maupun wanita dewasa yang akan melakukan pembelian produk atau jasa di TE&TO Gallery. Dari hasil kuesioner yang dilakukan, diketahui bahwa calon konsumen lebih tertarik membaca informasi pada media elektronik seperti *smartphone*, laptop, dan tablet.

3.1.2 Konsep Pemasaran

1. Tujuan dan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh penulis adalah dengan menampilkan furnitur yang ditawarkan oleh perusahaan TE&TO Gallery melalui fotografi yang menarik dan informasi mengenai produk tersebut secara rinci.

2. Tujuan dan Strategi Promosi / Branding

Strategi promosi yang akan dilakukan oleh penulis adalah dengan menggunakan media sosial yang dimiliki oleh perusahaan TE&TO Galery dan *website Flip HTML5* untuk menyebarkan *e-catalogue* pada calon konsumen secara luas.

3.1.3 Pendekatan Komunikasi

1. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan ditampilkan dalam perancangan *e-catalogue* tentang perusahaan TE&TO Gallery ini adalah melalui *website* dengan menggunakan gambar atau foto. Pendekatan ini digunakan karena dinilai lebih sederhana dan mudah dimengerti oleh calon konsumen.

2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan digunakan dalam perancangan *e-catalogue* ini adalah dengan menggunakan teks Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia dipilih agar calon konsumen mudah mengerti dengan informasi yang disajikan. Selain itu strategi pendekatan verbal dengan memberikan teks penjelasan pada gambar yang ditampilkan agar calon konsumen mudah mengerti arti dari visual atau gambar yang ditampilkan.

3.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan pada perancangan *e-catalogue* ini adalah dengan cara memberikan pesan pada calon konsumen yang berupa informasi tentang produk yang dijual dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan TE&TO Gallery.

1. Isi Pesan

Isi pesan yang ingin disampaikan adalah untuk memberikan informasi tentang produk yang dijual dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan

TE&TO Gallery, agar dapat di kenal luas oleh calon konsumen di luar sana yang belum mengenal perusahaan furnitur TE&TO Gallery.

2. Bentuk Pesan

Bentuk pesan pada perancangan ini akan disampaikan dalam bentuk visual katalog digital atau *e-catalogue*. Media *e-catalogue* tersebut akan diberi visualisasi foto produk TE&TO Gallery dalam penyampaian pesan.

3.1.5 Strategi Media

1. Media Utama

Media utama untuk menyebarkan informasi perusahaan TE&TO Gallery kepada para calon konsumen adalah *e-catalogue*. *E-catalogue* dipilih karena tidak seperti katalog cetak yang membutuhkan kertas sebagai media visual, *e-catalogue* memanfaatkan perangkat penampil visual seperti *smartphone*, laptop, atau tablet untuk mengaksesnya. *E-catalogue* juga dipilih karena dapat dengan mudah di akses dimana pun dan kapan pun sehingga calon konsumen memiliki aksesibilitas terhadap informasi terkait perusahaan TE&TO Gallery.

2. Media Pendukung

Media pendukung adalah suatu media tambahan atau media pengenalan yang dibuat untuk memperkenalkan media utama agar lebih menarik minat baca calon konsumen. Media pendukung dari perancangan *e-catalogue* ini adalah *X-Banner*, stiker, gantungan kunci, dan kartu nama.

3.1.6 Strategi Distribusi

1. Waktu

Waktu untuk distribusi *e-catalogue* ini akan berlangsung pada tanggal 27 Agustus 2025.

2. Tempat

Tempat distribusi *e-catalogue* ini akan dilakukan di kantor administrasi TE&TO Gallery yang beralamatkan di Jl. Pulau Singkep No.3, Sukabumi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung, provinsi Lampung

3.2 Konsep Visual

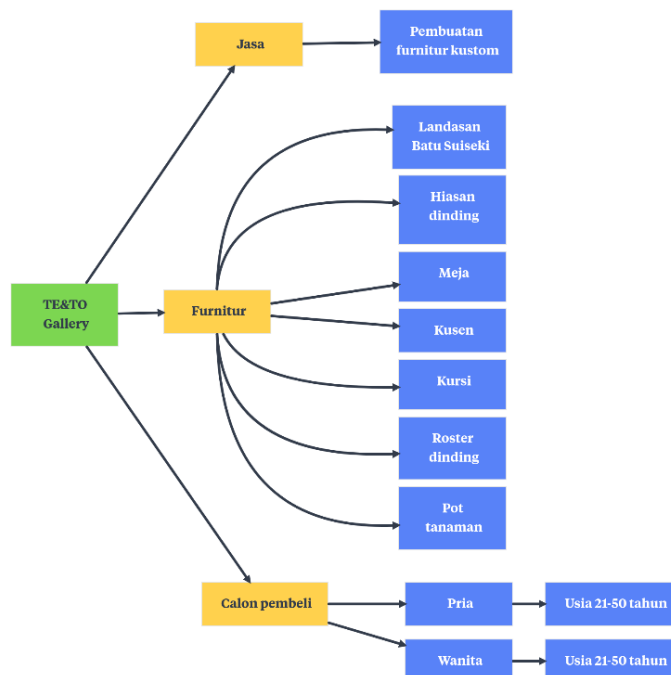
3.2.1 Konsep Kreatif

1. Tema Perancangan

Tema perancangan yang digunakan oleh penulis adalah tema minimalis. Tema ini digunakan untuk memberikan kesan rapi, bersih dan profesional.

2. Mind Mapping

Mind mapping adalah sebuah cara dengan mengelompokkan beberapa ide dalam bentuk kerangka yang terstruktur untuk membantu mengingat atau menganalisis sebuah masalah.

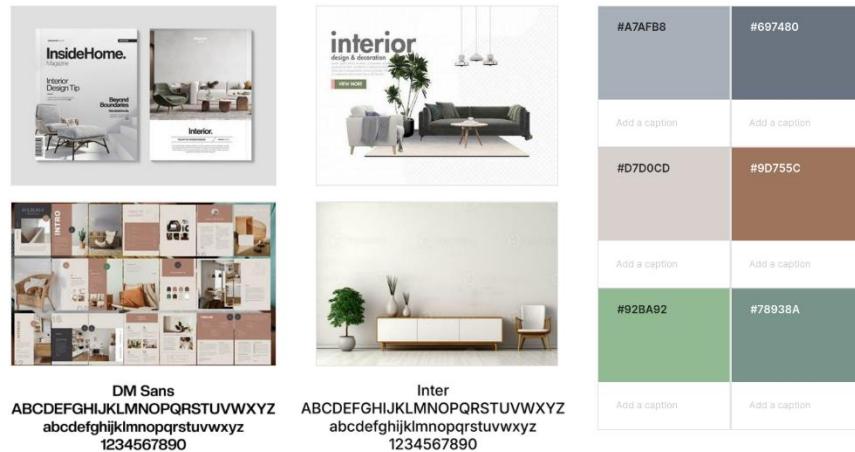


Gambar 3.1 Mindmapping perusahaan TE&TO Gallery

(Sumber : Penulis, 2025)

3. *Moodboard*

Moodboard adalah kumpulan elemen visual seperti gambar, warna, tekstur, pola, dan sampel material. Tujuan dari *moodboard* adalah untuk menangkap dan menyampaikan esensi dari sebuah ide, proyek, atau konsep kreatif.



Gambar 3.2 Moodboard
(Sumber : Milanote, 2025)

3.2.2 Konsep Perancangan

1. Judul

Judul yang akan digunakan oleh penulis adalah “Katalog produk TE&TO Gallery”, judul tersebut digunakan agar dapat langsung dimengerti oleh pembaca.

2. *Body Copy*

Isi dari perancangan *e-catalogue* berupa foto produk dan informasi mengenai produk yang ada pada foto tersebut. Informasi tentang produk mencakup tentang deskripsi singkat, spesifikasi seperti ukuran produk, bahan yang digunakan, dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan TE&TO Gallery. Desain yang akan dibuat menggunakan komposisi keseimbangan foto bersebelahan dengan penjelasan

sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dibaca dan tersampaikan dengan baik.

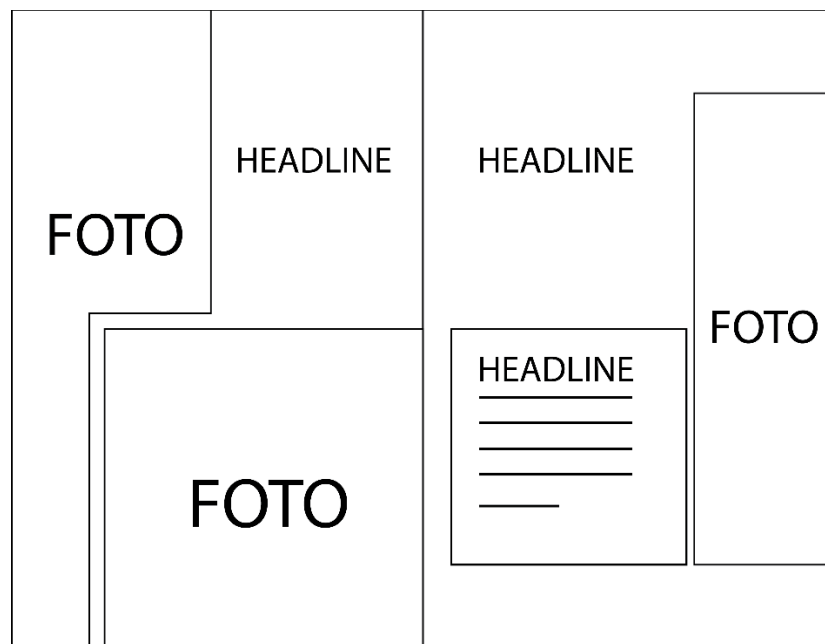
3. Slogan

Slogan adalah kalimat atau frasa pendek yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi secara singkat dan menarik. Slogan “Alami dan keren terus” dipilih oleh penulis dikarenakan dinilai singkat dan menciptakan kesan kekinian.

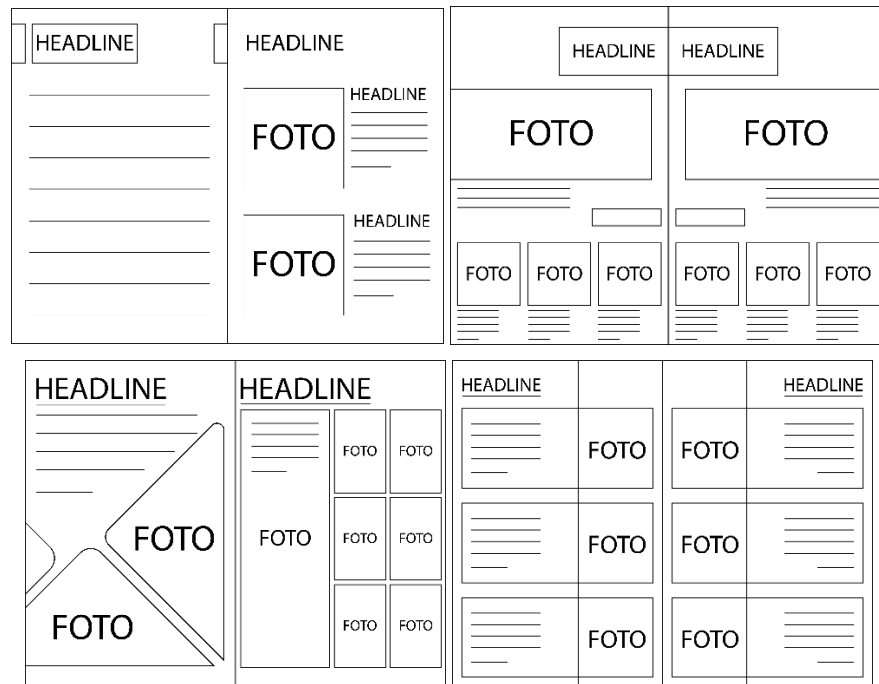
3.2.3 Komposisi / Tata Letak

Desain yang akan dibuat menggunakan komposisi keseimbangan foto bersebelahan dengan penjelasan sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dibaca dan tersampaikan dengan baik. *E-catalogue* ini akan menggunakan orientasi potret dengan ukuran per halaman 2480px x 3508px dalam ukuran piksel.

Perancangan ini menggunakan tata letak yang menggabungkan elemen visual berupa foto teks dan elemen lain sesuai dengan yang terlampir pada gambar dibawah ini:



Gambar 3.3 Layout cover depan dan belakang
(Sumber: Penulis, 2025)



Gambar 3.4 Layout halaman

(Sumber : Penulis, 2025)

3.2.5 Jenis Huruf / Tipografi

Perancangan ini menggunakan *font* Inter sebagai *headline* dan *font* DM Sans sebagai *body text*. *Font* dipilih karena memiliki keterbacaan yang baik.

1. Font Inter

Font Inter termasuk dalam kategori font Sans Serif. Font ini dipilih sebagai *headline* karena memiliki gaya visual yang terkesan modern dan bersih.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 3.5 Font Inter

(Sumber : Penulis, 2025)

2. Font DM Sans

Font DM Sans termasuk dalam kategori font Sans Serif. Font ini dipilih sebagai *body text* karena memiliki keterbacaan yang baik supaya mudah di baca oleh semua kalangan calon konsumen.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 3.6 Font DM Sans

(Sumber : Penulis, 2025)

3.2.6 Gaya Visual

Gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan *e-catalogue* perusahaan TE&TO Gallery adalah gaya visual minimalis, yaitu dengan menekankan visual yang bersih agar dapat menampilkan gambar/foto secara maksimal dan menyampaikan penjelasan dengan baik.



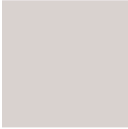
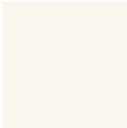
Gambar 3.7 Referensi gaya visual

(Sumber : Behance 2019)

3.2.7 Pemilihan Warna

Warna yang dipilih dalam perancangan ini menyesuaikan dengan warna dominan dari produk yang dijual oleh perusahaan TE&TO Gallery. Dalam perancangan ini sistem warna yang dipilih adalah sistem warna

RGB (*Red, Green, Blue*) yang biasa digunakan dalam pewarnaan visual digital.

	Gray Chateau	#A7AFB7 R : 167 G : 175 B : 183		Gray	#697581 R : 105 G : 117 B : 129
	Swiss Coffe	#D8D1CE R : 216 G : 209 B : 206		Brown	#9C755D R : 156 G : 117 B : 93
	Green	#92BA93 R : 146 G : 186 B : 147		Blue Smoke	#77958C R : 119 G : 149 B : 140
	Black	#000000 R : 0 G : 0 B : 0		White	#F7F3EB R : 247 G : 243 B : 235

Gambar 3.8 Warna desain *e-catalogue*
(Sumber : Penulis, 2025)

1. Warna Hitam (*Black*)

Warna hitam dipilih sebagai warna utama teks yang akan ditampilkan di media *e-catalogue*.

2. Warna Putih (*White*)

Warna putih digunakan sebagai penyeimbang warna gelap yang ada pada visual *e-catalogue*.

3. Warna HJau (*Green*)

Warna hijau dipilih sebagai warna dominan pada *e-catalogue*.

4. Warna Abu-Abu (*Gray*)

Warna abu-abu dipilih sebagai warna dominan pada *e-catalogue*.

5. Warna Abu- Abu (*Gray Chateau*)

Warna abu-abu dipilih sebagai warna dominan pada *e-catalogue*.

6. Warna Cokelat (*Leather*)

Warna coklat dipilih sebagai warna pendukung dari warna dominan.

7. Warna Biru (*Blue Smoke*)

Warna biru dipilih sebagai warna pendukung dari warna dominan.

8. Warna Putih (*Swiss Coffe*)

Warna putih dipilih sebagai warna pendukung dari warna dominan.