

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini, mendaki gunung menjadi salah satu kegiatan di luar ruangan yang diminati dalam kalangan masyarakat terkhusus para kaum muda. Perkumpulan mahasiswa pecinta alam merupakan salah satu kelompok yang telah lama muncul di Indonesia. Sejarah pendaki gunung di Indonesia telah dikenal sejak tahun 1623, adalah Yan Carstenz menemukan pegunungan tinggi di Papua yaitu pegunungan Jaya Wijaya. Selain itu, pada tahun 1912 terbentuk sebuah perkumpulan dengan nama *De Nederlandsh Indische Vereniging Tot Natuur Rescherming*, perkumpulan menghimpun kelompok-kelompok yang bergerak di bidang lingkungan hidup dan konservasi alam.

Dalam konteks sekarang ini, pecinta alam tidak bisa hanya dibatasi oleh organisasi pencinta alam, karena individu atau perorangan juga telah menjadika mendaki gunung sebagai sebuah hobi. Selain hobi, kegiatan ini juga bisa diartikan sebagai suatu bentuk wisata alam.

Pada perkembanganya, kegiatan mendaki gunung bisa dilakukan dengan perorangan maupun kelompok dan tidak terbatas usia. Kegiatan ini banyak digandrungi oleh kalangan pemuda, pasalnya kegiatan ini merupakan salah satu hobi yang menantang dan tergolong ekstrim. Meski banyak digandrungi oleh kaum muda, namun seorang pendaki harus menyiapkan segala sesuatunya dan persiapan matang sebelum melakukan pendakian

gunung. Misalnya dari perlengkapan alat-alat yang dibawa, pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K), dan lain-lain. Hal inilah menjadi prioritas utama sebelum berpetualang ke alam, untuk memenuhi kebutuhan dan perlengkapan pendakian seperti tenda, carrer, sepatu, jaket *sleeping bag* dan lain-lain. Tanpa hal itu, suatu kelompok atau individu tidak bisa melakukan petualang

Perlengkapan pendakian sudah banyak tersedia secara komersial baik dibeli maupun disewa. Cukup banyak toko-toko yang menjual maupun menyewakan beragam peralatan pendakian. Namun, sejauh ini belum ada yang menyediakan katalog dalam bentuk buku elektronik yang di kemas menarik. Yang bisa diakses melalui *android*. Padahal saat sekarang ini, perkembangan teknologi informasi terutama perkembangan internet telah menjadi kesaharian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia, keberadaan internet maupun *android* memberikan manfaat kepada manusia, baik itu dari segi pendidikan, dunia hiburan, sosial budaya sampai ke dunia bisnis dan jasa.

Hal yang tidak bisa disangkal bahwa internet berperan penting didunia bisnis, perusahaan-perusahaan bergerak kearah komputerisasi, dalam arti kegiatan-kegiatan bisnis yang dilakukan telah menggunakan bantuan teknologi internet dan komputer terutama di bidang promosi dan pemasaran barang dan jasa karena internet juga merupakan sarana komunikasi yang praktis, murah dan efisien.

Tetapi fakta yang ada masih banyak tempat usaha yang kurang memanfaatkan keberadaan teknologi yang semakin berkembang. Masih banyak tempat usaha yang mempromosikan produk atau usahanya lewat iklan dikoran, menyebarkan brosur dijalanan atau menyebarkan berita melalui mulut kemulut, tanpa memanfaatkan teknologi untuk mempermudah promosi, sedangkan masyarakat sekarang ini notabane ingin mudah mengakses melalui internet. Dengan melakukan promosi *online* dengan buku elektronik, kegiatan usaha dapat menjangkau di segala area tanpa harus memiliki toko dimanamana. Oleh karenanya, promosi *online* dengan buku elektronik memungkinkan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan usaha. Kebutuhan pada data atau informasi yang akurat semakin meningkat, namun ternyata sistem informasi yang ada saat ini masih belum dapat menghasilkan data yang akurat, lengkap dan tepat waktu.

Nawa Outdoor adalah sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang jasa penyewaan dan jual beli alat *outdoor* yang terletak di Dusun Ngemplak RT1 RW29, Mojosongo, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah, yang sudah memiliki banyak jenis alat yang disewakan dan dijual belikan. Meskipun usaha ini sudah berdiri cukup lama namun dalam proses bisnisnya pada semua bagian dilakukan manual atau belum terkomputerisasi. Peralatan-peralatan *outdoor* juga memiliki perawatan khusus supaya tidak rusak dan tetap dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu yang lama, dilihat dari sisi ekonomis, perlu memikirkan jumlah yang besar dari anggaran untuk pembelian dan pemeliharaan peralatan. Sehingga seseorang lebih memilih

untuk menyewa.

Ketika banyak orang lebih memilih menyewa dibandingkan membeli peralatan maka menimbulkan dan meningkatkan kebutuhan akan penggunaan peralatan *outdoor*. Hal inilah yang membuka peluang usaha penyewaan peralatan *outdoor* dan semakin menjamur jumlahnya di berbagai kota terutama di Surakarta. Salah satu faktor yang menyebabkan kebutuhan akan peralatan *outdoor* semakin meningkat adalah karena banyak mahasiswa yang melakukan kegiatan *outdoor*. Karena tingginya kebutuhan orang-orang (termasuk mahasiswa) akan penggunaan peralatan *outdoor*, maka kesempatan ini membuka peluang usaha dalam penyewaan peralatan *outdoor*.

Dengan menggunakan buku elektronik, pengguna tidak perlu lagi ke lokasi untuk mencari informasi yang dibutuhkan mengenai alat-alat *outdoor*. Adapun masalah lainnya yakni sulitnya mengetahui harga dari setiap item yang akan disewa menurut barangnya. Dengan adanya buku elektronik ini dapat membantu pemilik dalam mempromosikan peralatannya serta dapat dikirim atau di upload melalui jaringan internet sehingga mempermudah dalam pencarian informasi lokasi, dan biaya sewa yang cukup murah dibandingkan jika harus membeli semua peralatan pendakian. Dengan demikian keberadaan buku elektronik penyewaan alat *outdoor* sangat dibutuhkan karena, hal ini sangat membantu, efisien dan tidak perlu mengeluarkan uang terlalu banyak untuk sebuah petulangan menjelajahi pegunungan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka akan di buat sebuah “**Perancangan Buku Elektronik Mengenai Informasi Produk Rental Alat Pendakian Di Nawa Outdoor Dalam Fotografi** ”. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam penyewaan alat *outdoor* pada Nawa Outdoor.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi?
2. Bagaimana merancang karya buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi?

C. Tujuan

1. Menghasilkan konsep perancangan buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi.
2. Merancang karya buku elektronik mengenai informasi produk rental alat pendakian di Nawa Outdoor dalam fotografi dan media pendukung untuk mempromosikan kepada masyarakat.

D. Manfaat

Hasil dari tugas akhir ini diharapkan memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Nawa Outdoor

Dengan adanya perancangan buku elektronik pada berbagai media promosi semakin mempererat hubungan dengan konsumen dan berdampak pada laba yang diperoleh.

2. Bagi Masyarakat

Dengan perancangan buku elektronik ini diharapkan dapat memberi pengetahuan lebih mengenai pentingnya media promosi yang membedakan rental outdoor yang profesional dan yang tidak.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Diharapkan laporan proyek studi ini dapat dijadikan dokumen yang dapat dijadikan referensi oleh mahasiswa Universitas Sahid Surakarta.

4. Bagi Penulis

Manfaat yang diperoleh penulis adalah dapat memperkaya pengetahuan dan memperdalam ilmu mengenai media promosi.

E. Tinjauan Pustaka

Perancangan ini memiliki beberapa rancangan terdahulu sebagai acuan diantaranya berjudul Produk Kulit Decraftsman Dalam Fotografi Komersial (Dodi Wahyu Pranoto, 2020: 10). Fotografi komersial merupakan salah satu jenis fotografi yang bertujuan untuk komersial seperti mempromosikan suatu produk atau jasa. Saat ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keuntungan pembuatan produk berbahan dasar kulit asli. Kulit adalah lapisan luar tubuh binatang yang merupakan suatu kerangka luar, tempat bulu binatang tumbuh. Produk Decraftsman memiliki kelebihan

salah yaitu dapat memproduksi berbagai macam produk berbahan dasar kulit asli, banyak konsumen Decraftsman yang memakai produknya untuk kegiatan sehari-hari seperti case dari rokok elektrik, dompet, case telepon pintar dan juga mengganti tali jam lama dengan tali jam tangan baru dari Decraftsman.

Rumah produksi Decraftsman tidak memiliki bentuk visual sebuah foto yang memadai untuk menunjukkan produk tersebut ke masyarakat dengan tujuan promosi maupun menjadi daya tarik masyarakat untuk bekerja sama. Penciptaan karya ini menampilkan produk Decraftsman yang dikemas dalam sebuah karya fotografi stillife dengan menggunakan ruang produksi dari rumah produksi Decraftsman sebagai latar belakang pembuatan. Selain itu dalam proses pembuatan karya juga menggunakan elemen pendukung yang berupa alat produksi kulit yang ditatasedemikian rupa.

Hasil dari penciptaan ini dapat digunakan sebagai media untuk promosi melalui media sosial seperti Instagram agar masyarakat lebih mengenal produk Decraftsman. Jurnal tugas akhir diatas sangat bermanfaat bagi perancangan tugas akhir yang akan dibuat karena memaparkan atau menjelaskan fotografi komersial sebagai media promosi bagi perusahaan atau UMKM. Media promosi dan kegiatan periklanan lainnya berfungsi untuk memperoleh perhatian konsumen pada suatu produk yang ditawarkan dan membujuk konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Perbedaan tugas akhir diatas dengan tugas akhir ini terletak pada produk yang ditawarkan perusahaan berupa produk olahan kulit. Jurnal tugas akhir diatas

menginginkan untuk menambah dan memperluas pemasaran sangat dibutuhkan media promosi visual, akan tetapi selama ini Decraftsman belum memiliki media promosi visual yang memadai. Alasan tersebut menjadi dasar tujuan tugas akhir diatas yaitu menghasilkan media promosi berupa fotografi komersial, sedangkan tugas akhir karya yang sedang dibuat adalah produk rental outdoor yang jenis produknya banyak.

Tugas akhir yang berjudul Produk Kacamata Kallestory Dalam Fotografi Produk (Januarda Saira Simatupang, 2019: 02). Penciptaan karya tugas akhir fotografi ini menampilkan produk kacamata produksi Kallestory akan disajikan dalam bentuk karya foto produk. Pemilihan produk tersebut didasari oleh pilihan bahan pembuatan rangka kacamata yang cukup unik. Umumnya rangka kacamata dibuat dengan menggunakan resin, logam, atau plastik, namun, Kallestory hadir dengan menawarkan bahan pembuatan rangka kacamata yang cukup unik yaitu tanduk kerbau.

Keseluruhan karya dikonsepsi untuk memperlihatkan bentuk hingga detail-detail dari produk kacamata seperti, corak, warna, dan tekstur guna memperlihatkan eksklusifitasnya karena kacamata produksi Kallestory hampir mustahil untuk di duplikasi terutama jika menggunakan bahan serupa. Selain menonjolkan keunikannya, karya fotografi ini juga diciptakan dengan memadukan produk kacamata dengan produk fashion lain, baik pada karya still life maupun pada karya yang menampilkan model.

Hal ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa produk kacamata juga dapat dipadukan dengan berbagai gaya dan penampilan penggunaannya.

Teknik fotografi yang diterapkan dalam penciptaan karya fotografi ini merupakan beberapa teknik fotografi produk seperti penggunaan blackglass, penerapan teknik *low key*, dan *flat lay* yang sebagian besar proses pemotretannya dilakukan di dalam ruangan. Pada tahap pasca produksi, dilakukan proses editing seperti pengoreksian warna, kontras, peningkatan ketajaman, hingga menggabungkan beberapa foto dengan menggunakan software pengolah gambar digital. Karya fotografi yang diciptakan diharapkan dapat berguna sebagai media komunikasi dari Kallestory selaku produsen kacamata ke konsumen. Kerja fotografi melalui produk foto dapat membangun konstruksi komunikasi dengan masyarakatnya ataupun konsumennya. Ide yang tercipta membangun bentuk konsep yang kemudian dituangkan dalam proses produksi dan hasil akhirnya adalah sebuah produk foto. Konstruksi estetik komunikasi yang dibangun fotografer menjadikan jembatan penyampaian pesan antara produsen dan konsumen. Konstruksi estetik komunikasi ini terkadang membuat bentuk ekspektasi konsumen foto menjadi tidak sesuai dengan gambarannya.

Perbedaan tugas akhir diatas dengan tugas akhir ini terletak pada produk yang ditawarkan perusahaan berupa produk kacamata yang olahan rangkanya terbuat daritanduk kerbau. Jurnal tugas akhir diatas menginginkan perluasan dalam pemasaran produk kacamata Kallestory dengan fokus menonjolkan visual keunikan kacamataanya, sedangkan tugas akhir karya yang sedang dibuat adalah produk distroyang jenis produknya banyak.

Tugas akhir yang berjudul Media Promosi Distro Shinehell Clothing Berbasis Web (Litazara Permata Hati, 2015:8). Media promosi berbasis web yang menampilkan produk-produk yang ditampilkan dan memperkenalkan Distro Shinehell kepada masyarakat luas serta menarik peminat untuk berkunjung dan melakukan transaksi pembelian, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan bagi Shinehell Cloting. Media promosi berbasis web ini mempunyai keunggulan, sehingga dalam mengaksesnya tidak memerlukan waktu yang lama adanya media promosi juga berguna untuk interaksi dan komunikasi antar admin web dengan pengunjung yaitu adanya Message dibagian *Contact Us*.

Informasi berkembang dengan cepat dalam dunia bisnis maupun teknologi, akses terhadap sumber informasi dan jaringan informasi menjadi semakin penting bagi kita. *Internet* adalah suatu jaringan komputer global yang berkembang pesat dan saat ini dapat dikategorikan sebagai jaringan teknologi terbesar di dunia. Selain menyediakan berbagai macam fasilitas informasi, internet juga bisa digunakan untuk melakukan transaksi, transfer file yang dibutuhkan oleh komputer pribadi, perusahaan atau instansi, transaksi online menyediakan fasilitas untuk surat menyurat (*email*), mailing list, chatting dan lain sebagainya.

Masyarakat pada umumnya sekarang mulai berpindah ke internet untuk mendapatkan informasi yang lebih detail. Media komunikasi melalui internet ini terus tambah dan internet mulaitidak menjadi barang yang mewah. Karakteristik ini telah meyakinkan perusahaan atau instansi untuk mulai

menggeser sistem informasi serta transaksi mereka dari media tradisional ke sistem informasi serta transaksi yang lebih maju dan canggih semacam teknologi web. Tujuan web dalam sebuah Distro salah satunya dapat memudahkan konsumen mengetahui informasi tentang produk pakaian Distro yang ditawarkan dan memesan barang secara online. Sistem pemasaran yang baik dan cepat dapat meningkatkan pelayanan dan penjualan produk pakaian distro, sehingga masyarakat atau customer lebih nyaman memilih atau membeli produk pakaian distro yang di tawarkan. Selain itu proses pengorderan barang juga meningkat, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan proses sistem kerja sebuah toko.

Perbedaan tugas akhir diatas dengan tugas akhir ini terletak pada media promosi yang akan dibuat berupa media promosi berbasis web. Jurnal tugas akhir diatas mengharapkan dengan adanya website akan menampilkan produk dan memperkenalkan Distro Shinehell kepada masyarakat luas serta menarik peminat untuk berkunjung, berbeda dengan tugas akhir yang sedang dibuat berfokus pada media promosi visual yang mengutamakan detail berupa fotografi produk dikemas menjadi sebuah katalog foto produk.

F. Landasan Teori

a. Buku Elektronik

Menurut Andikaningrum dkk dalam Mentari (2018: 131) Buku Elektronik atau e-book merupakan sebuah publikasi yang terdiri dari teks,

gambar, maupun suara dan dipublikasikan dalam bentuk digital yang dapat dibaca di komputer maupun perangkat elektronik lainnya seperti android, atau tablet.

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa buku elektronik adalah buku cetak yang diubah-bentuk menjadi elektronik untuk dibaca di layar monitor

b. Fotografi

Menurut I Komang Sudarma, fotografi merupakan salah satu media komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan ide atau pesan kepada orang lain melalui media foto (I Komang Sudarma, 2014).

Secara umum, fotografi dikenal sebagai metode untuk menghasilkan gambar dari suatu objek dengan cara merekam pantulan cahaya dari objek tersebut menggunakan medium yang peka terhadap cahaya (Nardi, 1989: 8-11).

Fotografi lebih dari sekedar sebuah saran ide komunikasi faktual. Fotografi adalah sebuah seni kreatif. Fotografi sebagai media berekspresi dan komunikasi yang kuat, menawarkan berbagai persepsi, interpretasi dan eksekusi yang takterbatas (Ansel Adams, 1902-1986).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fotografi adalah proses atau metode yang digunakan untuk menghasilkan foto atau gambar dari suatu objek yang di inginkan dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka

terhadap cahaya.

c. Produk

Produk adalah sesuatu yang dihasilkan dari proses produksi, baik itu barang maupun jasa yang dapat diperjualbelikan di suatu pasar atau segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi atau dipakai sehingga memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, termasuk di dalamnya fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan (Philip Kotler, 1990: 195). Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, ditanyakan, dicari, dibeli, digunakan/dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan/keinginan pasar yang relevan. (Fandy Tjiptono, 2008: 03).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa produk adalah segala hal yang bisa ditawarkan, dipunyai, dimanfaatkan ataupun dikonsumsi agar mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

d. Fotografi Produk

Fotografi Produk adalah bagian dari advertising, dalam sebuah frame bisa mencitrakan image sebuah produk. Fotografi Produk adalah suatu cara bagaimana kita mengambil gambar dari sebuah produk.

([coconutproductphotography.com/ blog/what-is-product-photography/](http://coconutproductphotography.com/blog/what-is-product-photography/))

Menurut Kretova, fotografi produk merupakan salah satu jenis fotografi komersial yang bertujuan untuk mengenalkan produk kepada pelanggan dan bisa digunakan untuk toko *online* maupun portofolio, entah itu dalam bentuk cetak maupun digital.

Fotografi produk adalah bentuk komersial dari fotografi benda mati. Membuat foto produk berkualitas tinggi, menata produk, mengatur pencahayaan, dan menggabungkan berbagai eksposur membutuhkan waktu, maka fotografi produk umumnya membutuhkan lebih banyak peralatan daripada jenis fotografi lainnya. (J Dennis Thomas, 2014: 4).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fotografi produk adalah visualisasi yang menggambarkan suatu barang untuk ditampilkan kepada konsumen. Selain itu, definisinya juga mengarah pada setiap proses dan teknik pengambilan gambar produk yang menarik.

e. Media

Media adalah mencakup segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan/mengirimkan pesan kepada penerima pesan, sehingga siswa dapat dirangsang pikiran, perasanan, minat, atau perhatiannya dalam proses belajar mengajar yang efektif dan efisien (Sadiman, 2014: 7).

Peran media dalam proses komunikasi adalah sebagai alat

pengirim (*transfer*) yang mentransmisikan pesan dari pengirim (*sander*) kepada penerima pesan atau informasi (*receiver*) (Kemp & Dayton, 1985: 3).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada konsumen dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks, gambar atau foto.

f. Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2000: 219).

Promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung (Julian Cummins, 1991: 11).

Berdasarkan kutipan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi merupakan rangkaian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen melalui jalinan komunikasi dengan maksud mempengaruhi dan mendorong konsumen

untuk memberi produk yang ditawarkan.

Kegiatan promosi dapat dilakukan langsung bertatap muka dengan calon konsumen (*personal selling*) atau dengan menggunakan media yang ada seperti media massa maupun elektronik.

g. Media Promosi

Media promosi adalah ketika sebuah perusahaan memutuskan bentuk komunikasi mana yang ingin digunakan dalam rencana pemasaran mereka. Riset yang dilakukan meliputi riset pasar, segmentasi, dan anggaran (universalclass.com/articles/business/marketing-strategis-promotion-advertising-and-public-relations).

Banyak usaha yang dilakukan para ahli untuk mengidentifikasi jenis-jenis media dalam promosi, ada yang melihat dari sisi aspek bentuk fisik dan ada juga yang melihat dari sisi aspek panca indera (Sanaky, 2009: 42).

Berdasarkan aspek bentuk fisik, jenis media promosi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

a. Media Promosi Elektronik

Media promosi ini merupakan media yang dapat dilihat dan didengar, serta penyampaian melalui alat bantu elektronika. Kelebihan dari penggunaan media promosi elektronik antara lain lebih mudah dipahami, tampilannya lebih menarik, penyajiannya dapat dikendalikan dan diulang-ulang serta dapat membantu dalam proses publikasi agar tersebar lebih luas sehingga dapat menjangkau

semua target market dalam waktu yang tidak terbatas.

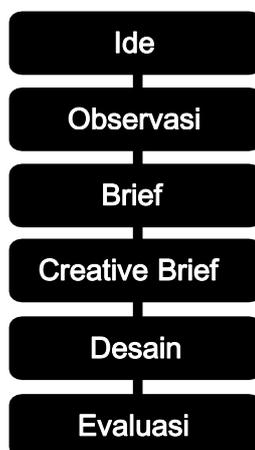
b. Media Promosi Cetak

Media promosi cetak merupakan media promosi yang proses bekerjanya berbasis cetak. Secara umum jenis media ini merupakan media yang statis dan terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar atau foto, dalam tata warna dan halaman. Media promosi cetak sebagai sarana komunikasi pemasaran yang paling umum dan sering dijumpai di banyak tempat, terutama di tempat-tempat strategis.

Media promosi cetak mempunyai kelebihan antara lain tahan lama, biaya yang cukup terjangkau, mudah diaplikasikan, dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

G. Metode Perancangan

Dalam hal ini akan dijabarkan langkah-langkah penelitian yang diambil



untuk mendapatkan data dalam menyelesaikan tugas akhir.

Gambar 1. Bagan Metodologi Penelitian
Sumber: (Abu Rizal Bakri, 2022)

Langkah tersebut antara lain membahas mengenai ide atau gagasan, jenis penelitian, langkah penelitian dan teknik analisis data.

1. Ide / Gagasan

Ide dalam perancangan ini dimulai dari munculnya masalah berupa kondisi media promosi yang kurang memadai pada objek penelitian ini, yaitu belum adanya media promosi visual yang menampilkan produk-produk dan memperkenalkan Nawa Outdoor dengan ciri khas yang kuat dalam bentuk desain digital katalog, oleh karena itu diperlukan adanya suatu konsep yang menjadi dasar suatu landasan untuk mendesain katalog sebagai media promosi visual Nawa Outdoor.

2. Pengumpulan Data

a. Data Primer Adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian (Hasan, 2002). Data primer ini didapatkan melalui metode pengumpulan data sebagai berikut.

1) Lokasi

Pada metode ini dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai Nawa Outdoor.

2) Wawancara

Pada metode ini tanya jawab dilakukan secara langsung

dengan orang pemilik Nawa Outdoor untuk menghimpun data
– data yang diperlukan.

b. Data Sekunder Merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua, data sekunder ini dapat berupa kepustakaan dan dokumen–dokumen penting yang memperjelas buku elektronik untuk media promosi.

1) Kepustakaan

Pada metode ini mahasiswa mempelajari berbagai literature yang ada hubungannya dengan proses buku elektronik sebagai media promosi.

3. *Brief*

Brief adalah kumpulan laporan yang telah didapat, lalu diolah sedemikian rupa hingga menjadi laporan yang lebih sesuai dan baik mengenai permasalahan yang didapat. Hasil *brief* didapat melalui melihat informasi mengenai Nawa Outdoor.

4. *Creative Brief*

Creative brief atau konsep kreatif adalah sebuah dokumen yang berfungsi sebagai inspirasi dan panduan untuk mengerjakan proyek yang biasanya melibatkan kolaborasi tim antara desainer, penulis wara, pemasaran konten, dan departemen lain. Konsep kreatif dibuat dengan menentukan USP, ESP, segmentasi, positioning, dan strategi kreatif.

5. Desain

Desain yaitu usaha yang berkaitan dengan perancangan estetika, citra rasa, dan kreativitas. Desain tidak hanya mencakup eksplorasi visual semata namun mencakup pula dengan aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofis, teknis dan bisnis. Dalam tugas akhir ini, nantinya desain berisi eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang disusun ditahap sebelumnya.

6. Evaluasi

Menyimpulkan hasil karya yang telah dirancang pada tugas akhir, apakah sudah sesuai dengan harapan dan memberi solusi untuk permasalahan yang dibahas.

H. Sistematika Penulisan

Terdiri dari beberapa bab yang saling berkaitan satu sama lain.

Bab I

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, landasan teori, metode perancangan, dan sistematika penulisan. Manfaatnya untuk bab II, bab III, bab IV, dan bab V adalah untuk mengetahui pembahasan yang harus dijelaskan pada bab berikutnya dan mempermudah dalam pengisian data yang diperlukan untuk membuat rancangan tersebut.

Bab II

Berisi informasi-informasi lengkap mengenai objek yang dibahas dalam tugas akhir seperti data perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, satuan tugas, dan analisis SWOT. Manfaatnya untuk bab III, bab IV, dan bab V adalah untuk mempermudah membuat analisis dan perancangan yang dibuat, untuk kemudian ditemukan inti dari pembahasan yang sudah dipaparkan.

Bab III

Berisi tentang konsep perancangan karya yang akan dibuat berupa analisis data (USP, ESP, positioning, strategi kreatif), konsep teknis, dan media plan (pemilihan dan konsep media). Manfaatnya untuk bab IV dan bab V sebagai jembatan untuk melakukan proses perancangan ke dalam sebuah desain media cetak dan memberikan penjelasan inti dari desain yang telah dibuat tersebut.

Bab IV

Membahas mengenai perwujudan karya yang dibuat serta penjelasan mockup yang akan direalisasikan. Manfaatnya untuk bab V adalah mendapatkan kesimpulan dari proses tersebut setelah melakukan perancangan

Bab V

Berisi simpulan dan saran dari penelitian dan pembuatan karya yang telah dilakukan penulis untuk institusi maupun dosen pengajar.

