

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Klaten adalah kabupaten dengan julukan kota seribu mata air. Banyak julukan yang dimiliki kota ini, antara lain Kota seribu candi, Kota Furniture, Kota rotan. Banyaknya wisata dan UMKM di Klaten membuat kota ini selalu ramai dilewati wisatawan atau buyer mencari supplier Furniture nya. Dikarenakan Kota ini sudah terkenal di mata pembeli luar negeri untuk ekspor ke negaranya.



Gambar 01. Peta Kabupaten Klaten
(Foto KPDE Kab. Klaten)

Kabupaten yang terletak dibagian selatan Pulau Jawa dan berbatasan dengan Kota Yogyakarta.

Furniture adalah mebel dalam segi Bahasa dan bisa juga diartikan sebagai perabotan rumah tangga menurut istilah. Furniture bisa digunakan untuk menyimpan atau meletakkan sesuatu seperti lemari, rak, atau laci. Furnitur adalah sebuah suatu perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari, parquet, walldecor. Dan mebel juga berasal dari kata movable, yang suatu artinya bisa bergerak. Pada zaman

dahulu meja kursi dan lemari relatif mudah digerakkan dari batu besar, tembok, dan atap.

Perkembangan ekspor furniture di Klaten mengalami kenaikan dari tahun ke tahunnya. Karena Klaten sudah mengalami modernasi desain furniture yang mengikuti pasar luar. Hal ini merupakan bagian integral dari pengembangan UMKM yang diadakan pemerintah yang tumbuh begitu pesat. Hal ini dapat membantu perekonomian masyarakat, karena merupakan nilai tambah dalam memperkaya wisata industri. Industri furniture di Klaten di incar karena sudah terbukti kualitasnya.

LOKASI	JUMLAH UNIT USAHA MEBEL				
	2017	2018	2019	2020	2021
Juwiring	62	55	43	36	35
Karanganom	28	24	22	10	5
Jonggrangan	16	13	9	5	4

Tabel. Jumlah unit usaha mebel berdasarkan Desa Sentra Industri Mebel Klaten. (ASMINDO KLATEN,2022)

Namun sejak penerapan sertifikat dan verifikasi beberapa pengusaha atau pengrajin tidak mengikuti dengan baik karena kurangnya peran pemerintah dalam sosialisasi serta kurangnya pengetahuan Sumber Daya Manusia masyarakat. Sehingga hal tersebut mengancam keberlangsungan usaha industri rumah tangga mebel di masyarakat. Selain itu kurangnya modal dan banyak usaha yang ada merupakan usaha turun temurun. Banyak usaha yang tutup karena keturunannya tidak melanjutkan lagi usaha mebel yang telah berkembang dan memiliki pasar.

Salah satu perusahaan furniture di klaten ini ada Cakra Antik Furniture yang sudah berdiri sejak tahun 1998. Perusahaan ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang furniture wall decor. Terletak di Jalan Widoro Mulyo Rt 08/20, Serenan, Juwiring, Klaten. Cakra Antik ini mengusung tema Recycle Wood, dimana bahan baku nya dari kayu bekas rumah atau bekas kapal.

Di balik kesuksesannya yang unik dan menarik, Cakra Antik Furniture masih tertinggal dengan kompetitor salah satunya di logo perusahaan dan belum mempunyai alat pemasaran karena kurangnya perhatian Ownernya tentang pentingnya pemasaran. Maka dari itu nama Cakra Antik tertinggal dengan kompetitor yang sudah memiliki media pemasaran dan mudah dikenali Buyer. Sebuah perusahaan harus dapat membangun dan menjaga citra perusahaan agar memiliki kesan positif dan jauh dari kesan negatif.

Media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Biasanya produk yang sedang dipromosikan akan diletakkan pada beberapa media promosi untuk menyebarkan informasi dan menarik pelanggan. Pemilihan media promosi tidak boleh sembarangan, mengingat ini akan berpengaruh pada tingkat keberhasilan promosi.

Saat ini media promosi yang sering digunakan oleh pengusaha pada umumnya seperti Media Online, Sosial Media, Sharing media. Masyarakat saat ini cenderung memilih media yang lebih mudah simple dan cepat dalam mengaksesnya seperti media online. Perkembangan teknologi telah merubah segalanya termasuk dalam bidang bisnis.

Reiga Aditya Primayuda dalam Media Massa Cetak dan Online dalam Milenialisme (Buku Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat) (2020) menuliskan bahwa media online merupakan sarana komunikasi yang tersaji secara online di situs web internet. Secara umum media daring juga bisa diartikan sebagai segala jenis atau bentuk format media yang hanya bisa diakses lewat internet. Format media tersebut dapat berupa teks, foto, video maupun suara.

Cakra Antik Furniture pada tahun 2019 membuat website dengan domain <https://cakraantikfurniture.wixsite.com/cakraantikfurniture>. Website tersebut digunakan hanya sebagai blog yang berisi informasi kontak dan galeri produk yang pernah dibuat. Website ini sudah nonaktif

dikarenakan tidak ada yang mengurus websitenya. Fungsi website untuk perkembangan branding dengan memiliki website secara langsung menyajikan informasi yang membantu memperkenalkan merk atau produk yang dipasarkan atau dijual. Website memiliki beberapa elemen Sidebar, Widget, Footer, Navbar, Menu, Sharing, Popup.

Perancangan desain *user interface* merupakan cara yang efektif untuk usaha furniture Cakra Antik Furniture sebagai media promosi. Proses dan tampilan manual yang sebelumnya akan lebih mudah dan cepat jika penjualannya dilakukan dalam sebuah website. Keunggulan dari *user interface* untuk meningkatkan kegunaan dan aksesibilitas halaman website. Desain *user interface* tidak hanya berfokus pada estetika tetapi juga memaksimalkan daya tanggap, efisiensi, dan aksesibilitas website.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep UI Cakra Antik Furniture agar website nya mudah dikenali?
2. Bagaimana cara merancang User Interface produk “Cakra Antik Furniture” dapat dikenal kepada konsumen lokal dan mancanegara ?

C. Tujuan

1. Membuat UI Cakra Antik Furniture melalui Desain Komunikasi Visual yang tepat dan menarik minat client.
2. User Interface media promosi pendukung melalui Desain Komunikasi Visual dengan memperhatikan nilai-nilai estetika pada desain.

D. Manfaat

Adapun manfaat dari penyusunan proposal tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Mengembangkan rancangan UI Cakra Antik Furniture”.
Dan mengamalkan ilmu-ilmu yang didapat saat kuliah dikampus.

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi, acuan dan evaluasi mahasiswa lain.

3. Bagi Cakra Antik Furniture

Dapat mengetahui cara-cara promosi furniture untuk Cakra Antik Furniture dikemudian hari.

E. Tinjauan Pustaka

Sebuah kegiatan perancangan umumnya diawali Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan maupun kelebihan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari buku, jurnal, dan tugas akhir dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

Perancangan pertama adalah tugas akhir dari Fauzan Sahri Ramadhan, Jurusan program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sebelas Maret Surakarta 2012. Dengan judul “Perancangan Website Tonijack’s Sebagai media promosi” tersebut membahas perancangan sebuah promosi baik produk maupun jasa harus memperhatikan kapan, dimana, dan bagaimana produk jasa tersebut disajikan dan akan ditampilkan. Perancangan website Tonijack’s di kota Solo ini dibuat dengan tema yang simple dan global dengan segmentasi pasar yang memiliki kriteria khusus. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa media promosi *website* memiliki jangkauan penyebaran yang luas, hal ini juga disesuaikan dengan segmentasi perancangan yang ingin menjangkau beberapa segmentasi khusus. Perancangan media promosi berupa website ini diharapkan dapat mewujudkan tujuan awal yaitu memperkenalkan brand image dari Tonijack’s yang ada di kota Solo beserta produk yang di tawarkan sebagai *fast food* local dengan kualitas internasional. Perbedaan Tugas Akhir di sisi lebih mengedepankan dinamis lebih mudah dimengerti oleh yang melihat.

Manfaat jurnal tersebut dapat mengetahui bagaimana agar bisa membuat proposal yang benar sesuai isi proposal tugas akhir dan mengetahui wawasan yang luas dan memiliki pandangan. Perbedaan jurnal tersebut dengan proposal saya adalah isi proposal karena proposal saya memiliki tujuan untuk mengembangkan usaha furniture.

Fauzan Sahri Ramadhan, 2012. Perancangan Website Tonijack's Sebagai Media Promosi. (Online),
(<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/27155/Perancangan-Website-Tonijacks-Sebagai-Media-Promosi>)

Perancangan kedua adalah Tugas Akhir dari Rini Sulistyawati, jurusan desain komunikasi visual 2021 dengan judul “Perancangan User Interface (UI) pada aplikasi Storiette Surakarta.” Perancangan ini membahas tentang desain user interface (UI) pada aplikasi storiette. Desain ini dikemas dengan menggunakan tema flat desain, dimana tema ini akan menampilkan karakteristik desain yang bersih dan penyampaian pesan pada desain interface harus jelas agar pengguna dapat mengenali ciri khas aplikasi storiette dengan menggunakan tema flat desain ini dapat digunakan sebagai acuan bagi developer atau pengembang untuk merealisasikan menjadi sebuah aplikasi dan dapat diterima masyarakat. (Sumber: Rini Sulistyawati, 2021. Perancangan User Interface (UI) Pada Aplikasi Storiette Surakarta. Surakarta: Universitas Sahid Surakarta).

(Sulistyowati, Rini. 2021. Perancangan User Interface (UI) Pada Aplikasi Storiette Surakarta)

Perancangan ketiga adalah Tugas Akhir dari Hatri Susi, jurusan Program studi Teknik multimedia jaringan politeknik negeri batam 2017. Dengan judul “perancangan desain website sebagai media promosi bandung karate club kota batam” perancangan desain ini bertujuan untuk menciptakan desain *website* Bandung Karate Club Kota Batam kepada masyarakat luas. Perancangan website ini melalui analisis S.W.O.T analysis: Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities

(peluang), Threats (Ancaman) terhadap penentuan ide layout, rough layout, dan final design. Perancangan desain ini dimulai dengan konsep, media, ide, data, serta divisualisasi.

(Hatri Susi. 2017. Perancangan Desain Website sebagai media promosi bandung karate club kota batam,)

Perancangan Keempat adalah Tugas Akhir dari Andi Reynaldi, jurusan Program studi desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar 2019. Dengan Judul “Perancangan Desain User Interface (UI) Aplikasi Pencari Kost” sebagai media untuk memudahkan mencari info kost dengan membuka aplikasi pencari kost. Dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara maupun kuesioner. UI yang efisien menarik dan mudah digunakan dengan melalui analisis SWOT.

Andi Reynaldi. 2019. Perancangan Desain User Interface (UI) Aplikasi Pencari Kost,

F. Landasan Teori

1. Perancangan

Pengertian perancangan menurut bin Ladjamudin “Perancangan adalah tahapan perancangan (desain) memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternative sistem yang terbaik”. (bin Ladjamudin, 2005:39)

Pengertian perancangan menurut Pressman, “Perancangan adalah Langkah pertama dalam fase pengembangan rekayasa produk atau sistem. Perancangan itu adalah proses penerapan berbagai Teknik dan prinsip yang bertujuan untuk mendefinisikan sebuah peralatan, satu proses atau satu system secara detail yang membolehkan dilakukan realisasi fisik”. (Pressman , 2010),

Berdasarkan dari definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa perancangan merupakan suatu pola yang dibuat untuk mengatasi masalah

yang dihadapi perusahaan atau organisasi setelah melakukan analisis terlebih dahulu.

2. Website

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan component atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.

Sebuah situs web (sering pula disingkat menjadi situs saja; *web site, site*) adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau *subdomain* di *World Wide Web* (WWW) di internet.

Menurut Hidayat Website merupakan sekumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis ataupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing masing dihubungkan dengan jaringan halaman. (Hidayat, 2010)

Kesimpulan tentang website untuk bertujuan untuk mempermudah bagian pemasaran dan memperkenalkan produk.

3. Media

Pengertian Media menurut Purnawati dan Eldarni (2001:4), Media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar. (Purnawati dan Eldarni, 2001:4)

Gerlach dan Ely menjelaskan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap.

(Gerlach dan Ely. (1971). *Teaching & Media: A Systematic Approach*. Second Edition, by V.S).

AECT (Association of Education and Communication Technology) memberi Batasan tentang media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi. (AECT (Association of Education and Communication Technology, 1977)

Kesimpulan dari media dibutuhkan karena berfungsi sebagai sarana pemberian informasi kepada khalayak melalui berita-berita.

4. Promosi

Suatu perusahaan banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk dan jasa, menetapkan harga dan menjual produk atau jasa. Tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya adalah promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. Perusahaan dewasa ini menganggap bahwa promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, karena pihak perusahaan berharap dengan promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan produk dan jasa yang sejenis. Dengan pandangan demikian perusahaan berharap dengan dilaksanakannya kegiatan promosi secara berkesinambungan dan terarah akan mampu mencapai hasil penjualan dan keuntungan yang maksimal. Peneliti akan mengemukakan beberapa pendapat dari para ahli pemasaran dan praktisi tentang penelitian promosi, yaitu sebagai berikut : Pengertian promosi menurut Djaslim saladin dan Yevis Marty Oesman “Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan Tindakan laku pembeli, yang sebelumnya tidak

mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut .”

(Djaslim, Saladin Yevis Marty Oesman. (2002). Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung : Linda Karya.)

Kesimpulan promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

5. Media Promosi

Media promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperang aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan Kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut, untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Menurut Nickels dalam Swastha & Irawan (2008:349), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada Tindakan yang digunakan dalam kegiatan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Metode-metode yang digunakan dalam kegiatan promosi tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan dan hubungan masyarakat. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan.

Sedangkan pengertian promosi menurut Buchari Alma adalah “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan

untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen”. Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi ini bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan Kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya.

Alma, Buchari. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa Alfabeta : Bandung

Kesimpulan dari media promosi adalah alat yang digunakan untuk mempromosikan produk, ide, dan layanan suatu bisnis kepada pelanggan. Pemilihan media tersebut tidak boleh dilakukan secara sembarangan karena mampu mempengaruhi strategi bisnis yang dijalankan perusahaan.

G. Identifikasi Data

a. Data Perusahaan

Nama : Cakra Antik Furniture

Alamat : Widoro Mulyo RT 20/008, Serenan,
Juwiring, Klaten, Jawa Tengah.

No. Telp : 081329897884

Foto Lokasi :



Gambar 02. Maps Cakra Antik Furniture
(<https://goo.gl/maps/dwH2NTj6YPBzqZSu6>)



Gambar 03. Gudang Cakra Antik Furniture
(foto Dandi Wahyu/2021)



Gambar 04. Depan gerbang Gudang Cakra Antik
(Foto Dandi Wahyu/2021)

b. Sejarah Perusahaan

Awal mula usaha ini berawal dari orang tua pemilik Cakra Antik ini yang merupakan seorang tukang kayu juga lalu pemilik Cakra Antik ini juga mengikuti jejak orang tua nya yang menjadi tukang kayu. Awal dari usaha

ini hanya menerima order barang lokal seperti meja jati, kursi jati, lemari yang dikirim ke Yogyakarta atau Kota Jepara.

Tahun ke 1998 pemilik ini berusaha menarik buyer luar negeri dengan mengikuti pameran furniture yang diadakan di Kota besar. Awal mula dari itu pemilik ini kenal dengan beberapa buyer dan kenalan yang kenal dengan orang luar yang mencari supplier furniture.

c. Visi dan Misi

A. Visi

Mewujudkan masyarakat Indonesia yang bisa lebih kreatif dan tidak tertinggal dengan negara lain dalam bidang desain furniture.

B. Misi

a) Mengutamakan quality control agar tidak mengecewakan customer.

b) Mengembangkan inovasi-inovasi karya anak dalam negeri menunjukan bahwa furniture Indonesia tidak kalah jauh dengan negara lain.

d. Struktur Organisasi



Gambar 05. Bagan struktur di Cakra Antik (Cakra Antik, 2022)

Berdasarkan struktur organisasi di atas, masing-masing bagian memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda. Berikut adalah uraian dari masing-masing bagian yang ada pada Struktur organisasi cakra Antik Furniture.

a) Direktur

Bertanggung jawab atas semua kegiatan di dalam lingkup kerja Cakra Antik dengan mengontrol susunan kerja, instruksi, dan koordinasi tim.

b) Keuangan

Bertanggung jawab di bagian laporan keuangan perusahaan.

c) Manager

Mengatur operasional lapangan.

d) Kepala Finishing

Merupakan kepala untuk bagian barang finishing.

e) Kepala Barang Mentah

Merupakan kepala untuk bagian tempat proses pembuatan barang tersebut.

e. Target Market

a. Geografis

Mancanegara dan lokal

b. Psikografis

Orang yang menyukai bidang desain furniture atau desain rumah.

c. Demografi

Agama : Semua agama.

Usia : 20 tahun ke atas.

Jenis kelamin : Semua jenis kelamin.

Status social : Menengah dan menengah ke atas

f. Data Produk

Kategori	Harga
Lemari Vitrinekast Tumpuk	Rp.6.000.000.00
Buffet Donny DRESSOIR	Rp.5.000.000.00
Cabinet Sliding	Rp.4.500.000.00

1) Vitrinekast Donny Teak



Gambar 06. Vitrinekast Tumpuk
(Mokana Meubelen/2020)

2) Donny DRESSOIR Teakhout



Gambar 07. Donny DRESSOIR Teakhout
(Mokana Meubelen/2020)

3) Cabinet Sliding



Gambar 08. Cabinet Sliding
(Dandi Wahyu/2020)

g. Analisis SWOT

Digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih memfokuskan pada pencapaian tujuan dan arah media informasi ini ditujukan. Analisis ini bersifat kualitatif. Hasil analisis yang diperoleh yaitu:

A. Strength (Kekuatan)

Cakra Antik Furniture merupakan perusahaan yang unik karena masih kuat berdiri di zaman yang sudah maju dan tertinggal dari kompetitor yang sudah memiliki promosi yang lebih maju.

B. Weakness (Kelemahan)

Cakra Antik Furniture belum memiliki rancangan promosi yang kuat sehingga masih tertinggal dari kompetitor.

C. Opportunity (Peluang)

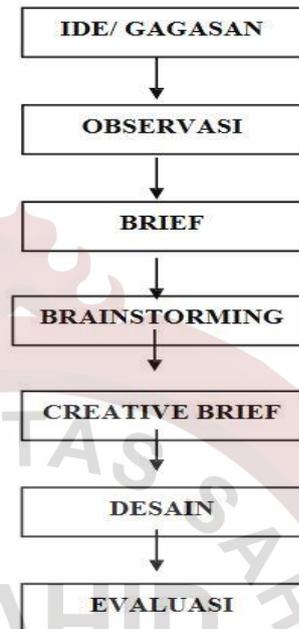
Cakra Antik Furniture merupakan satu-satunya perusahaan yang main di bidang Recycle Wood sehingga membuat buyer dapat mengetahui kelebihan Cakra Antik daripada kompetitor lain yang lebih main ke kayu Mindi.

D. Threat (Ancaman)

Ancaman terbesar Cakra Antik yaitu dengan adanya Pandemi Covid-19 diberlakukan Lockdown dari beberapa negara luar. Dengan begitu proses ekspor menjadi terganggu karena adanya lockdown tersebut.

Untuk ancaman dari sisi persaingan perusahaan, terdapat sebuah perusahaan Furniture Waldecor bernama CV.Dollar Furniture yang mengusung furniture dan waldecor yang mirip dengan Cakra Antik Furniture. CV Dollar Furniture ber alamat Jl. Serenan - Sukoharjo, Widoromulyo, Serenan, Kec. Juwiring, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57472.

H. METODE PERANCANGAN



Gambar 09. Bagan Perancangan
(sumber : Metodologi Desain/ Desi Dwi Kristanto, M.Ds./2020)

1. Ide / gagasan

Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), ide adalah rancangan yang tersusun di pikiran. Artinya sebuah ide terbentuk dari suatu ide dasar yang nantinya akan dikembangkan atau diwujudkan sebagai acuan pemikiran kedepannya. Ide dari proposal tugas akhir ini muncul karena adanya sebuah keinginan untuk memasarkan furniture ke mancanegara.

2. Observasi

Survey yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data-data untuk membantu mewujudkan sebuah ide tersebut yaitu dengan cara membaca skripsi, membaca tugas akhir, membaca jurnal, membaca buku, social media dan wawancara di Cakra Antik Furniture yang ber alamat di Widoro Mulyo rt 20/008, Serenan, Juwiring, Klaten.

3. Brief

Pada penulisan proposal tugas akhir ini merupakan sebuah inovasi agar memasarkan produk yang baru, maka pada proses pembuatannya dirancang sesuai dengan segmentasi dan konsep, memaparkan

penjelasan-penjelasan singkat dari hasil observasi sehingga data yang dihasilkan lebih ringkas dan mudah dipahami.

A. Sumber data

Sumber data yang akan digunakan untuk perancangan proposal tugas akhir ini adalah :

- 1) Wawancara dengan owner Cakra Antik Furniture sebagai pendukung pengumpulan data dalam membuat sebuah perancangan promosi.
- 2) Pustaka dengan melakukan penelaahan melalui buku, jurnal, dan skripsi sebagai sumber data yang akurat dalam penulisan proposal tugas akhir yang akan dilakukan.
- 3) Dokumentasi seperti foto maupun dokumentasi visual dapat juga digunakan sebagai bahan referensi dan tolak ukur agar lebih baik.

B. Teknik pengumpulan data

1. Observasi atau survey pada lapangan mengenai objek yang akan diteliti, dengan melakukan sebuah wawancara pada narasumbernya yang ahli pada bidangnya.
2. Pustaka sebagai pengumpulan data tertulis seperti buku, jurnal, tugas akhir serta dokumen-dokumen tertulis lain yang tersimpan di perpustakaan maupun server seperti website.
3. Dokumentasi

Berisi berbagai foto dan video dari berbagai sumber yang didapatkan dari hasil mendokumentasikan sendiri maupun mengambil dari internet.

C. Brainstorming

Melakukan pemikiran ide lanjut secara Bersama guna menyelesaikan masalah dengan cepat dengan cara melakukan konsultasi rutin kepada dosen pembimbing dan juga menjaga komunikasi baik dengan pihak Cakra Antik Furniture.

D. Creative brief

Merupakan sebuah struktur rancangan yang akan dilakukan melalui strategi visual dengan memilih cara-cara yang tepat untuk mewujudkan ide ke bentuk nyata.

E. Desain

Merupakan eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang telah disusun dari tahapan sebelumnya.

F. Evaluasi

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

I. **Sistematika Penulisan**

Terdiri dari beberapa bab dimana antar bab saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

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.