

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Startup memiliki definisi yang luas, namun pengertian yang paling singkat adalah sebuah perusahaan yang dirancang untuk tumbuh dengan cepat, perusahaan baru yang sedang berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Istilah *startup* sendiri sangat identik dan kerap kali dihubungkan dengan perusahaan baru di bidang teknologi dan informasi, namun pada dasarnya *startup* memiliki jenis bisnis yang beragam, seperti bidang jasa, perdagangan, dan sebagainya. Istilah *startup* mulai dikenal secara internasional pada masa *bubble dot-com*, yaitu sekitar tahun 1998 hingga 2000. Banyak perusahaan *dot-com* yang didirikan secara bersamaan pada periode tersebut dikarenakan gencarnya perusahaan perintis untuk membuka *website* pribadi demi memulai bisnisnya. Hal ini berdampak luas kepada masyarakat untuk menggunakan internet sebagai salah satu media berbisnis.

Sejalan dengan perkembangan jaman dan teknologi, bisnis startup pun mengalami peningkatan secara global, perusahaan startup mulai menjamur di berbagai negara. Peluang pendanaan dari investor dan *Venture Capital* menarik banyak orang untuk berbondong-bondong mengembangkan ide dan mendirikan perusahaan, tidak terkecuali di Indonesia. Pasar Startup di Indonesia mulai terbentuk pada tahun 2010

saat *East Ventures* memberikan pendanaan pada salah satu *Unicorn* Indonesia saat ini, Tokopedia, yang lalu disusul oleh perusahaan-perusahaan lain. *Center for Human Genetic Research* (CHGR) mencatat, *startup* di Indonesia pada tahun 2016 kurang lebih berjumlah 2000 perusahaan, dan diprediksi akan mengalami peningkatan hingga 6,5% pada tahun 2020. Situs *startupranking* menyebutkan, pada tahun 2018, terdapat 1807 perusahaan *startup* yang terdaftar dan Indonesia menempati peringkat ke-6 sebagai negara dengan *startup* terbanyak di dunia, sekaligus menduduki peringkat pertama di Asia Tenggara.

Dengan pasar yang semakin luas dan teknologi yang semakin maju, bisnis *startup* di Indonesia menjadi salah satu pilihan usaha yang dipilih masyarakat. Hal ini tentunya memicu berbagai perubahan yang signifikan, khususnya dalam hal regulasi perusahaan di Indonesia. Berbeda dengan perusahaan bisnis pada umumnya, bisnis *startup* memiliki regulasi yang jauh lebih sederhana, yaitu pencarian masalah, solusi, dan pembuatan sistem. Selain itu, dikarenakan bisnis *startup* sangat erat kaitannya dengan dunia teknologi, maka dari itu, perundang-undangan yang ditujukan kepada bisnis *startup* pun berbeda, hal ini dijelaskan dalam Peraturan Presiden (Perpres) No 74 Tahun 2017 tentang *eta* Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) Tahun 2017-2019, yang berisi arahan dan langkah-langkah penyiapan dan pelaksanaan perdagangan yang transaksinya berbasiskan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Dengan regulasi dan peraturan

pemerintah Indonesia akan *startup*, maka bisnis ini dapat dikatakan sebagai sebuah bisnis yang sudah legal di mata hukum dan negara.

Kota Surakarta tidak luput dari persaingan bisnis *startup* di Indonesia. Pendiri perusahaan-perusahaan *startup* di Surakarta pada umumnya adalah para mahasiswa atau *pra-graduate*. Adapun karena usia pelaku bisnis yang tergolong muda, usaha rintisan yang dilakukan banyak yang masih sebatas ide dan *protoyping*, dan belum menjadi perusahaan *startup* yang *settle*. Singkatnya, *startup* di kota Surakarta masih berbicara mengenai produksi dan belum *market*. Jika dilihat dari kacamata fundraising dan valuasi *startup*, kebanyakan perusahaan *startup* di kota Surakarta masih bersifat *pre-seed* dan berkembang untuk *seed-funding*, ranking perusahaan masih jauh dari serie F seperti Gojek, dan perusahaan *startup* lain yang menyandang gelar Decacon. Pendanaan yang didapat perusahaan-peusahaan *startup* di kota Surakarta biasanya merupakan reward dari kompetisi *startup* atau pendanaan dari investor lokal dan bukan dari *Venture Capital*, mengingat *venture capital* hanya akan memberikan dana kepada *startup* serie A keatas atau *startup* yang sudah memiliki valuasi bernilai tinggi. Maka dari itu peluang untuk mengembangkan bisnis *startup* di kota Surakarta masih sangat baik, mengingat pasar yang luas dan belum adanya kompetitor besar.

PT. Dolan Kreasi Indonesia, merupakan sebuah *Start Up* yang berdiri pada tahun 2018 di kota Surakarta dan bergerak dalam bidang jasa. Dolan menawarkan sebuah ide baru yang sebelumnya tidak dapat

ditemukan dalam pasar startup Indonesia, yakni sebagai sebuah perusahaan jasa yang bertujuan untuk menciptakan sebuah *platform* yang menawarkan *experience* atau pengalaman berupa kegiatan-kegiatan di area kota maupun perdesaan yang dapat dinikmati oleh penggunanya. Munculnya PT. Dolan Kreasi Indonesia diharapkan dapat membantu masyarakat lokal maupun internasional untuk mengeksplorasi dan membantu perkembangan Indonesia dalam segi wisata sehingga dapat membantu meningkatkan devisa negara, serta memberikan lapangan pekerjaan yang lebih luas untuk masyarakat Indonesia.

Melihat umur perusahaan Dolan Kreasi Indonesia yang masih tergolong muda, maka berbagai cara harus dilakukan untuk memperkenalkan Dolan kepada masyarakat, hal ini dilakukan bukan hanya sebagai publikasi tetapi juga sebagai salah satu cara mencari validasi pasar dan meningkatkan valuasi yang nantinya akan membantu perusahaan dalam proses pitching yang akan dilakukan kepada pihak investor untuk selanjutnya mendapatkan pendanaan. Promosi akan semakin terlihat dan tersampaikan menggunakan media yang tepat terhadap target audiencenya. Peran media sosial seperti Instagram menjadi wadah informasi bagi calon pengguna, namun dengan info yang terbatas pada *platform* tersebut maka dibutuhkan media lain yang dapat lebih informatif dan luas untuk menyampaikan apa itu Dolan Kreasi Indonesia. Maka dari itu dipilihlah *website* sebagai salah satu media promosi bagi Dolan Kreasi Indonesia.

Perancangan desain website PT. Dolan Kreasi Indonesia ini, nantinya akan menggunakan desain yang sesuai dengan *target market* dan karakteristik PT. Dolan Kreasi Indonesia. Sebagaimana pemaparan diatas, diharapkan perancangan ini akan memberikan manfaat tidak hanya sebagai media promosi PT. Dolan Kreasi Indonesia, tapi juga kepada masyarakat luas sebagai pemahaman apa itu platform serta tujuan dari *platform* tersebut.

B. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas permasalahan dalam Tugas Akhir ini, maka perlu adanya suatu perumusan masalah. Masalah pada perancangan tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang Konsep desain website Dolan Kreasi Indonesia?
2. Bagaimana merancang website Dolan Kreasi Indonesia yang menarik dan komunikatif?

C. Tujuan Perancangan

Penelitian tentang perancangan Desain Website Dolan Kreasi Indonesia ini memiliki beberapa tujuan diantaranya :

1. Merancang Konsep Desain Website Dolan Kreasi Indonesia.
2. Merancang Desain website Dolan Kreasi Indonesia secara menarik dan komunikatif.

D. Manfaat Perancangan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Penulis

Dapat mengetahui tahapan-tahapan dalam proses perancangan konsep Desain website Dolan Kreasi Indonesia

2. Bagi Lembaga

Dapat sebagai acuan untuk mahasiswa yang akan merancang desain website sebagai media promosi sebuah perusahaan dimasa mendatang.

3. Bagi Masyarakat

Hasil perancangan ini dapat memberikan informasi yang menarik tentang kegiatan serta konten yang ditawarkan oleh Dolan Kreasi Indonesia

4. Bagi Dunia Desain

Menambah referensi bagi desainer terutama dalam perancangan media promosi website suatu perusahaan

E. Tinjauan Pustaka

Studi kepustakaan mengenai permasalahan merupakan awal dari kegiatan penelitian ilmiah. Untuk memahami lebih jauh mengenai penelitian, maka pembahasan ini didukung oleh beberapa sumber tulisan ilmiah yang bertujuan untuk mendapatkan pokok informasi sesuai dengan penelitian ini.

Lia Anggraini dan Kirana Nathalia (2013) dalam bukunya yang berjudul *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula*

yang diterbitkan oleh Nuansa Cendekia, Bandung. Buku ini menjelaskan secara detil mengenai dasar-dasar desain dan penerapannya. Pembahasan dalam buku ini juga memaparkan pengertian Desain Komunikasi Visual dan unsur-unsur desain yang akan digunakan sebagai dasar pembuatan website Dolan Kreasi Indonesia. Unsur desain meliputi *layout*, *grid*, warna, hingga typografi akan dijadikan acuan dalam perancangan ini

Adi Kusrianto (2007) dalam bukunya berjudul *Pengantar Desain Komunikasi Visual* yang diterbitkan oleh Andi Publisher, Yogyakarta. Buku ini menjelaskan secara rinci mengenai media promosi dan perancangannya. Pembahasan dalam buku ini juga memaparkan unsur-unsur dalam media promosi serta pengaplikasiannya yang akan digunakan sebagai salah satu acuan dalam memilih bahasa visual yang tepat untuk pembuatan media promosi website Dolan Kreasi Indonesia.

Surianto Rustan, S.Sn (2009) dalam bukunya yang berjudul *Layout, dasar & penerapannya* yang diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Buku ini membahas tentang bagaimana menyusun layout yang baik. Beberapa hal pada buku ini yang dapat membantu penelitian ini diantaranya adalah tipografi dalam layout, elemen layout, prinsip layout dan penerapan layout. Pembahasan pada buku ini memberikan manfaat terutama dalam memilih desain tata letak yang sesuai dengan karakter target market, sehingga mampu menghasilkan satu kesatuan bahasa visual yang pas.

Beth Tondreau (2011) dalam bukunya yang berjudul *Layout Essentials Design Principle Using Grids* yang diterbitkan oleh Rockport Publisher, Beverly, Amerika. Buku ini menjelaskan secara lengkap mengenai prinsip dasar mengenai *layout* dan *grid* yang digunakan dalam berbagai desain termasuk website. Selain itu terdapat pula berbagai referensi mengenai bagaimana menemukan *typeface* yang sesuai dengan kebutuhan desain dan dalam hal ini dianggap akan sangat membantu dalam proses perancangan website Dolan Kreasi Indonesia.

Saka Adipratama Nimpuno Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Yogyakarta (2015) dalam Jurnal tugas akhir yang berjudul *Perancangan Desain Website sebagai media promosi sanggar Eltico Clay & Drawing Class, Sleman, Yogyakarta*. Adapun tujuan utama perancangan tugas akhir ini adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan sanggar Eltico Clay & Drawing class sebagai salah satu alternatif bermain dan berkarya bagi anak-anak. Selain itu, website ini diharapkan dapat menjangkau tidak hanya peminat dari dalam negeri tetapi juga dari luar negeri demi untuk meningkatkan pemasaran dari sanggar Eltico Clay & Drawing class. Jurnal ini membantu penulis untuk memahami unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam perancangan sebuah media promosi khususnya perancangan website.

Muhammad Hasbi Aziz Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta (2017) dalam tugas akhir yang berjudul *Perancangan Desain Website sebagai salah satu media promosi*

The Cobbler Yogyakarta. Tujuan utama perancangan tugas akhir ini adalah agar konsumen *the Cobbler* lebih mudah mengenali harga produk dan menentukan pilihan jasa yang ditawarkan serta untuk menarik minat konsumen untuk menumbuhkan rasa percaya dan kepuasan pelanggan terhadap *The Cobbler*. Tugas Akhir ini membantu penulis untuk memahami unsur-unsur desain yang digunakan dalam sebuah website, khususnya dalam *layout*, *grid*, warna dan typografi yang berpengaruh pada desain akhir karya.

Fatlina Aulina Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang (2014) dalam jurnal tugas akhir yang berjudul *Perancangan Tampilan Web Design Toko Grand Central Bukittinggi*. Tujuan utama perancangan tugas akhir ini adalah untuk mempromosikan Toko Grand Central ke khalayak yang lebih luas dan dengan metode yang lebih modern, sehingga dipilihlah media promosi website yang dapat diakses lebih mudah dan memungkinkan konsumen untuk melangsungkan proses belanja melalui website yang tentunya menghemat lebih menghemat waktu. Jurnal ini membantu penulis untuk memahami media promosi dan cara mengangkat *branding* sebuah perusahaan kedalam media promosi tersebut.

F. Landasan Teori

1. Perancangan

a. Definisi Perancangan

Pengertian Perancangan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi perancangan yaitu proses, cara, perbuatan merancang. Merancang yaitu mengatur segala sesuatu sebelum bertindak, mengerjakan, atau merencanakan. Dalam bahasa Inggris perancangan adalah salah satu arti dalam desain, bisa di jabarkan arti kata desain adalah ilmu yang berhubungan dengan suatu perencanaan atau perancangan. Biasanya berbentuk gambar yang nantinya di wujudkan dalam bentuk sebenarnya. Desain sendiri adalah suatu disiplin atau mata pelajaran yang tidak hanya mencakup eksplorasi visual, tetapi terkait dan mencakup pula dengan aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofi, teknis dan bisnis. Aktivitasnya termasuk dalam desain grafis, desain industry, arsitektur, desain interior, desain produk dan profesi-profesi lainnya (Yongky Safanayong, 2006 : 2)

b. Tujuan Perancangan

Studi desain secara luas dapat disempitkan berfokus pada bentuk dan fungsi dasar pemikiran, kebutuhan, maksud dan tujuan kegunaan serta implikasi bentuk. Dengan lebih mamahami fungsi bentuk (form) kita lebih memahami bagaimana bentuk dapat menghubungkan kita ke orang lain dan ke dunia. 8 Bentuk

memiliki banyak arti, kebanyakan arti tersebut berakar dari kata latin, *forma* yang berasal dari bahasa Yunani berarti bentuk, struktur, ide. Pada intinya bentuk adalah gabungan elemen-elemen visual dasar, yaitu ukuran, warna dan tekstur dan lebih dari sekedar *shape*. Dalam desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi mekanikal tetapi ada fungsi lainnya, yaitu memberi inspirasi, informasi dan menggerakkan kita untuk beraksi.

c. Fungsi Perancangan

Perancangan disini digunakan untuk bagaimana merancang suatu produk atau jasa untuk menjadi hal yang lebih baik dari sebelumnya, dimana PT. Dolan Kreasi Indonesia membutuhkan tampilan yang sangat menarik untuk desain promosi dengan menganut desain komunikasi visual.

Fungsi desain komunikasi visual/desain grafis yaitu,

- i. Untuk memberitahu atau memberi informasi (*to inform*), mencakup: menjelaskan, menerangkan, dan mengenalkan
- ii. Untuk memberi penerangan (*to enlighten*), mencakup: membuka pikiran dan menguraikan
- iii. Untuk membujuk (*to persuade*), mencakup: menganjurkan (umumnya dalam periklanan), komponen-komponennya termasuk kepercayaan, logika dan daya tarik
- iv. Untuk melindungi (*to protect*), fungsi khusus untuk desain kemasan dan kantong belanja.

Secara umum proses perancangan desain pun dibagi menjadi beberapa tahap yaitu konsep, media, idea, data, visualisasi dan produksi. Untuk tahaptahap itu dapat di jelaskan sebagai berikut:

i. Konsep

Konsep adalah hasil kerja berupa pemikiran yang menentukan tujuantujuan, kelayakan dan *segment/audience* yang dituju. Konsep bisa didapatkan dari pihak non grafis, antara lain : ekonomi, politik, hukum, budaya dan lain sebagainya yang ingin menterjemahkan kedalam bentuk visual. Oleh karena itu desain grafis menjadi desain komunikasi visual karena dapat bekerja untuk membantu pihak yang membutuhkan solusi secara visual.

ii. Media

Untuk mencapai kriteria ke sasaran/segment yang dituju, diperlukan studi kelayakan media yang cocok dan efektif untuk mencapai tujuannya, media bisa berupa cetak, elektronik, luar ruang dan lain sebagainya

iii. Ide

Untuk mencari ide yang kreatif diperlukan studi banding, literature, wawasan yang luas, diskusi dan wawancara agar desain bisa efektif diterima *audience* dan membangkitkan kesan tertentu yang sulit dilupakan

iv. Data

Data berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus kita pilih dan seleksi. Apakah data itu penting sehingga harus tampil atau kurang penting sehingga ditampilkan lebih kecil, atau semua dibuang sekalian. Data bisa berupa data informatif atau data estetis. Data informatif bisa berupa foto atau teks dan judul. Data estetis bisa berupa bingkai, background, efek grafis garis atau bidang. Tugas desainer adalah menggabungkan data informatif dan data estetis menjadi satu kesatuan yang utuh.

v. Visualisasi

Didalam tahap visualisasi terdapat penggabungan antara komponen desain dan prinsip desain. Komponen desain terdiri dari garis, bentuk, ilustrasi, warna, teks, dan ruang. Sedangkan prinsip desain terdiri dari keseimbangan, irama, skala, fokus dan kesatuan. Apabila bisa menggabungkan dengan benar maka akan menghasilkan visualisasi yang di inginkan.

vi. Produksi

Setelah desain selesai, maka desain sebaiknya lebih dulu di *proofing* (*print preview* sebelum di cetak). Jika warna dan komponen grafis lain tidak ada kesalahan, maka desain anda siap di produksi.

2. *Startup*

a. Pengertian *Startup*

Istilah startup berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti "*The act or process of starting a process or machine; a new organisation or business venture*" atau "tindakan atau proses untuk memulai suatu proses, sebuah organisasi baru atau usaha bisnis". Istilah startup sendiri dipopulerkan oleh *Silicon Valley* yang identik dengan teknologi terutama dengan ICT (*Information and Communication Technology*) Startup seringkali dikaitkan hubungannya dengan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, tetapi sebenarnya perusahaan Startup bukanlah perusahaan IT atau sebuah bisnis "menulis kode". Perusahaan *Startup* biasanya terdiri dari satu hingga delapan orang, yang sebagian besar merupakan *developer* yang bersatu dan menciptakan sebuah *codebase* atau aplikasi yang memiliki manfaat untuk ditawarkan kepada dunia. *Codebase* atau aplikasi tersebut nantinya dapat diakses melalui web dengan menggunakan sistem operasi apapun (windows, linux, mac) dan juga dapat diakses melalui *smartphone*. Adapun pendanaan *startup* diawal menggunakan pendanaan sendiri (swadaya) dan digunakan sebagai modal awal yang kemudian akan berkembang dengan bantuan investor (keluarga, teman, *angel investor* hingga *venture capital*)

Para pendiri *startup* memiliki tujuan dan keinginan membuat sesuatu yang berbeda, bukan hanya dengan membuat apa yang sudah ada sebelumnya. Hal ini biasanya didasari oleh suatu masalah yang belum ditemukan solusinya. Selain itu, para *founder startup* juga dapat menghasilkan materi dari perusahaan *startup* nya, yang sesuai dengan valuasi perusahaan tersebut dapat terus meningkat setiap waktunya. Dalam *startup* yang sukses terdapat orang-orang yang hebat dan dapat berkerja sama. Ide yang ditawarkan para *founder* melalui *startup* yang dibuat juga akan menentukan seberapa besar penerimaan pasar dan juga ketertarikan dari pihak-pihak penyedia dana, melihat di pasar terdapat ratusan bahkan ribuan ide marjinal yang selalu bersaing dalam memperoleh pengakuan pasar. Ide yang unik dan kreatif serta *problem solving* suatu masalah yang baik memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kesuksesan serta pendanaan seperti *angel investor* ataupun *venture capital*.

Potensi bisnis *Startup* di Indonesia sangat baik melihat dari beberapa survey yang dilakukan dari tahun ke tahun yang menunjukkan perkembangan yang signifikan terhadap jumlah perusahaan *startup* yang muncul di Indonesia. Sejalan dengan pertumbuhannya, maka tidak sedikit komunitas-komunitas *startup* yang ikut berdiri untuk menjadi wadah bagi *founder* perusahaan *startup* baru untuk saling bertukar ide atau sekedar membutuhkan

bimbingan. Saat ini sudah terdapat tiga perusahaan startup Indonesia yang menyanggah gelar *unicorn* yaitu Bukalapak, Tokopedia, Traveloka, dan satu perusahaan penyanggah gelar decacorn yaitu Gojek Indonesia.

b. Faktor Keberhasilan Startup

Beberapa faktor penentu keberhasilan sebuah Startup antara lain adalah

1) Ide

Ide yang inovatif dan kreatif. Serta penawaran problem solving untuk masalah yang terjadi mengingat perusahaan startup adalah perusahaan yang menawarkan solusi. Karena itu proses brainstorming harus sering dilakukan untuk pengembangan ide perusahaan kedepannya.

2) Tim

Kemampuan dan kualitas Tim dalam mengeksekusi tentunya sangat berpengaruh. Kualitas sebuah tim dapat dilihat dari kemampuannya untuk beradaptasi dengan para konsumen. Selain itu komunikasi dan suasana kerja yang baik juga mempengaruhi kredibilitas tim tersebut dalam melewati tantangan dalam pekerjaan.

3) Model Bisnis

Faktor inilah yang nantinya akan menjadi dasar dari sebuah perusahaan. Perencanaan yang matang dan langkah-langkah

bisnis yang sesuai dengan target pasar perusahaan akan berpengaruh besar untuk masa depan *startup* tersebut

4) Pendanaan

Dengan pendanaan yang baik, maka kelangsungan sebuah perusahaan juga tentunya akan semakin baik. Tentunya dengan adanya pendanaan, maka system administrasi perusahaan juga harus mendukung agar cost maupun revenue perusahaan dapat terpantau dengan baik.

5) *Timing*

Hal lain yang juga mempengaruhi keberhasilan sebuah *startup* adalah timing munculnya sebuah perusahaan tersebut. Jika mendapat sebuah timing yang tepat, dengan pasar yang juga sesuai dan benar-benar membutuhkan, maka faktor-faktor sebelum ini akan sangat mudah untuk dicapai.

c. *Platform Startup*

Menurut Bob Walsh dalam bukunya yang berjudul *The Web Startup Success Guide*, terdapat beberapa kategori platform yang diadopsi oleh perusahaan startup. Beberapa platform tersebut adalah:

1) SaaS (*Software as a Service*)

konsep ini memperlihatkan perangkat lunak sebagai *service* atau layanan, seperti aplikasi yang ditulis dalam ASP.NET atau PHP ataupun bahasa sejenisnya yang dijalankan para

startup melalui servernya dan menarik biaya kepada para penggunanya atau menghasilkan uang melalui iklan dan sebagainya.

2) *PaaS (Platform as a Service)*

Platform sebagai layanan merupakan hal yang berbeda dengan SaaS; sebagai contoh aplikasi web yang dibangun *startup* akan tetapi aplikasi tersebut berjalan dalam sandbox atau ekologi online yang lain. Kita bisa melihat Apple iPhone, Google Apps, dan berbagai aplikasi CMS seperti Joomla, Wordpress dan Drupal.

3) *Social Platform*

Social network seperti Facebook dan Twitter merupakan suatu *platform*. Namun demikian secara struktur dan ekonomi merupakan bagian dari SaaS dan PaaS

4) *Mobile*

Mobile sebagai platform dengan alasan sederhana yaitu meledaknya aplikasi dan penggunaannya pada *platform* ini. *Google Android, Apple iPhone, RIM BlackBerry* dan *Windows Phone* merupakan *platform mobile* yang menjamur sekarang ini.

5) *Hybird*

Platform ini bukan aplikasi web karena berjalan di *Desktop* dan aplikasi ini juga bukan aplikasi Desktop karena

menggunakan jaringan internet di *Windows*, *Linux*, ataupun *MAC*. Ini sesuatu yang berbeda. *Adobe Flex/AIR* dan *Microsoft Silverlight* merupakan dua *platform* utama yang digunakan oleh para *startup*.

6) *Open Source CMS*

Platform ini termasuk di dalamnya beberapa proyek open source besar seperti *WordPress*, *Joomla* dan *Drupal*.

7) *Desktop*

Mungkin membuat aplikasi di desktop bagi para *startup* tidak memperoleh pengakuan dan pendanaan lebih besar seperti *platform* yang lain. Akan tetapi aplikasi desktop yang dibuat *startup* untuk *Windows*, *Linux* dan *MAC* masih sebagai platform yang paling banyak dipilih sebagai bagian dari *platform* campuran.

d. Jenis Pendanaan Startup

1) *Bootstrapping*

Pendanaan awal *startup* bisa didapatkan dari tabungan sendiri. Pendanaan tipe ini merupakan pendanaan paling ideal yang juga dapat menjadi sebuah batu loncatan jika seseorang ingin terjun di dunia *startup*. Pendanaan tipe ini biasa digunakan sebelum suatu *startup* siap untuk *scale up*.

2) *Seed Capital*

Seed capital atau *seed funding* merupakan pendanaan tahap awal dari suatu *startup*. Pada tahap awal ini, sebuah *startup* sedang berada dalam posisi mencari potensi produk yang sedang dibuat dan juga calon pengguna atau pasar yang sesuai dengan produk tersebut. Melalui pendanaan tahap awal ini, *startup* bisa merekrut sejumlah staf yang berbakat dan juga kantor yang sesuai dengan *prototype* produk yang ingin dikembangkan.

Besaran pendanaan tahap awal ini biasanya berkisar antara Rp500 juta hingga Rp 2,5 miliar, tergantung keperluan yang dibutuhkan oleh *startup*.

3) *Angel Investor*

Pada fase ini, biasanya *startup* akan membutuhkan suntikan dana dari pihak luar atau penanam modal. Di sisi lain, pada tahap ini juga, *startup* sudah mulai menarik perhatian *angel investor* untuk menanamkan modalnya untuk perusahaan.

Fase ini biasanya akan dicapai oleh *startup* paling cepat dalam enam bulan dari bisnis berjalan. *Startup* sudah mulai memasarkan produknya secara luas, mendapat masukan, dan memperbaiki produk yang mereka miliki. Keunikan *startup* juga sudah mulai menarik perhatian media dan membuat perusahaan menjadi menarik untuk diulas. Dengan adanya ulasan dari media, maka semakin banyak juga orang yang mengetahui tentang adanya *startup* ini.

4) Seri A atau *Venture Capital*

Tahap pendanaan seri A ini merupakan tahap dimana startup sudah mencapai tahap *Beta* dan siap mendapatkan pengguna baru dalam jumlah yang lebih besar. Pada fase ini, *founder startup* biasanya sudah berada dalam posisi siap untuk *scaling* produk yang dimiliki ke wilayah lainnya dengan tetap mempertahankan ciri khas yang sama.

Pada tahapan ini, *startup* sudah perlu menemukan ciri model bisnis yang paling sesuai dan tepat. Di sini, *startup* perlu terus melakukan inovasi dan terus mengembangkan serta melebarkan sayap yang dimiliki. Kuncinya adalah dengan menemukan *venture capitalist* yang tepat dan mitra yang sesuai.

Di fase pendanaan seri A ini, biasanya *startup* bisa mendapatkan pendanaan mulai dari Rp10 miliar hingga Rp33 miliar. Nominal pendanaan ini bisa juga lebih besar dari angka tersebut jika *startup* tersebut dianggap memiliki potensi dan kemampuan yang menguntungkan. Penyuplai dana dari fase pendanaan ini biasanya merupakan investor dengan keahlian dan jaringan yang luas.

5) Seri B atau *Mezzanine Financing* dan *Bridge Loan*

Di fase selanjutnya, *startup* sudah mulai memiliki pendapatan yang teratur setelah berjalan selama sekitar 2-4 tahun. Keuntungan yang didapatkan dari *startup* juga sudah mulai

terlihat dengan adanya basis pengguna potensial. Pendanaan Seri B di sini biasanya digunakan untuk semakin memaksimalkan ekspansi pasar, model bisnis, dan juga basis pengguna yang lebih luas lagi. Selain itu, dana yang masuk juga diperlukan untuk mulai melakukan merger bisnis, akuisisi, atau untuk mempersiapkan IPO.

Tidak banyak perusahaan startup Indonesia yang mencapai fase ini, karena itu masih agak sulit memperkirakan berapa kisaran pendanaan yang mungkin didapatkan oleh suatu startup di fase ini. Namun perkiraannya adalah sekitar Rp22 miliar hingga Rp80 miliar.

6) IPO

Setelah *startup* semakin berkembang, pada tahap ini *startup* sudah semakin siap untuk mengembangkan dirinya dan *go public* dengan melakukan penjualan saham di bursa saham. Tahap ini adalah tahap terakhir pendanaan yang didapatkan oleh suatu startup. Setelah tahapan ini, maka startup siap melakukan jual beli sahamnya secara terbuka di bursa efek. Jika telah melakukan IPO dan memperjualbelikan sahamnya di bursa efek, mulai saat itu perusahaan perlu menerbitkan laporan keuangannya secara umum.

Untuk bisa sampai ke tahap ini sebuah startup biasanya membutuhkan waktu sekitar 5-10 tahun untuk melakukan

persiapan. Karena untuk melakukan IPO bisa dibilang memang cukup rumit dibandingkan dengan tahapan pendanaan sebelumnya. Namun, dengan melakukan IPO, maka startup yang dikelola telah siap untuk melakukan ekspansi dan pengembangan bisnis yang lebih besar lagi.

3. *Website*

a. Pengertian *Website* atau Situs

World Wide Web atau WWW atau juga dikenal dengan WEB adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai komputer yang terhubung ke internet. Web ini menyediakan informasi bagi pemakai komputer yang terhubung ke internet dari sekedar informasi yang sepele hingga informasi yang serius. Dari informasi yang gratis hingga yang berbentuk komersial. *Website* atau situs diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan atau gabungan dari semua itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. (*hyperlink*)

b. Cara Kerja *Website*

- 1) Informasi atau web disimpan dalam dokumen dalam bentuk halaman halaman web atau *web page*

- 2) Halaman web tersebut disimpan dalam *computer server web*. Sementara di pihak pemakai ada computer yang bertindak sebagai *computer client* dimana ditempatkan program untuk membaca halaman web yang ada di server web (*browser*).
- 3) *Browser* membaca halaman web yang ada di server web.

c. Unsur Unsur Website

1) Nama Domain

Pengertian nama domain atau biasa disebut dengan Domain Name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*, atau dengan kata lain domain name adalah yang digunakan untuk menemukan sebuah *website* pada dunia internet.

Nama domain diperjualbelikan secara bebas di Internet dengan status sewa tahunan. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi/akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan website tersebut. Contoh nama domain berekstensi internasional adalah com, net, org, info, biz, name, ws. Contoh nama domain berekstensi lokal negara Indonesia adalah co.id, ac.id, or.id

2) Rumah Tempat Website

Pengertian *web hosting* dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di

website. Besarnya data yang bisa dimasukan tergantung dari besarnya *web hosting* yang disewa, semakin besar *web hosting* semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam *website*.

3) Bahasa Program

Script adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang pada saat diakses. Jenis bahasa program yang sangat menentukan statis, dinamis, dan interaktifnya sebuah *website*. Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat *website* semakin dinamis, interaktif serta terlihat bagus.

Beragam bahasa program saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas *website*. Jenis jenis bahasa program yang banyak dipakai para desainer antara lain adalah HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java Applets, dsb. Bahasa Program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, *email*, *mailing list* dan lain sebagainya yang memerlukan update setiap saat.

4) Desain Website

Setelah melakukan penyewaan domain name dan web hosting serta penguasaan bahasa program (*scripts program*), unsur *website* yang penting dan utama adalah desain. Desain *website* menentukan kualitas dan keindahan sebuah *website*. Desain

sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah *website*

Untuk membuat *website* biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *web designer*, terutama di kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas designer. Semakin banyak penguasaan web designer tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa *web designer* ini umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas designer.

d. Fungsi Website

1) Fungsi Komunikasi

Situs web yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs web dinamis. Karena dibuat menggunakan pemrograman web (*server side*) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web mail, form contact, chatting form*, dan lainnya

2) Fungsi Informasi

Situs web yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya. Situs ini sebaiknya berisi teks dan grafik yang dapat di download

dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti *shockwave* dan java diyakini sebagai langkah yang tepat. Diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti news, *profile company*, *library*, *reference*, dll

3) Fungsi Entertainment

Situs web juga dapat memiliki fungsi entertainment/hiburan. Bila situs web kita berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya. Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah *game online*, *film online*, *music online* dan sebagainya.

4) Fungsi Transaksi

Situs web dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa atau lainnya. Situs web ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer atau dengan membayar secara langsung.

e. Jenis Situs Website

1) Alat Pemasaran

Saat ini media pemasaran tidak hanya media cetak saja. Media elektronik sejenis situs juga dapat digunakan sebagai media

penasaran. Pemasaran melalui internet lebih cepat sampai dan memiliki jangkauan yang jauh lebih luas

2) Nilai Tambah

Sebuah halaman web merupakan sarana promosi karena media promosi di web lebih murah dan efektif dibandingkan media promosi konvensional seperti brosur, majalah, atau Koran. Pada umumnya konten situs web berupa referensi atau informasi tambahan dari apa yang sudah diberikan secara *offline*. Contohnya seperti di perpustakaan sudah disediakan koleksi skripsi tercetak namun di web perpustakaan terdapat *repository* skripsi yang lebih banyak dan dapat diakses dengan mudah dengan cara mendownload bentuk softfilenya.

3) Katalog

Untuk di perpustakaan katalognya berupa katalog online yang dapat diakses melalui web perpustakaan. Pada katalog tersebut tersedia koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan. Pemustaka dapat mengakses koleksi tersebut dengan cara memasukkan judul, pengarang, maupun subjek dari suatu koleksi yang dibutuhkan. Sedangkan untuk melakukan peminjaman pemustaka dapat langsung meminjam ke perpustakaan.

4) *E-Commerce*

E-commerce merupakan suatu kumpulan yang dinamis antara teknologi aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pada perpustakaan web bertujuan untuk menghubungkan antara perpustakaan yaitu melalui pemustaka dan pemustaka yang membutuhkan informasi sehingga terjadinya hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

5) *E-Learning*

Cisco menjelaskan filosofis *e-learning* sebagai berikut. Pertama, *E-learning* merupakan penyampaian informasi, komunikasi, pendidikan, pelatihan secara online. Kedua, *e-learning* menyediakan seperangkat alat yang dapat memperkaya nilai belajar secara konvensional (model belajar konvensional, kajian terhadap buku teks, CD-ROM, dan pelatihan berbasis computer) sehingga dapat menjawab tantangan perkembangan globalisasi. Ketiga, *e-learning* tidak berarti menggantikan model belajar konvensional di dalam kelas, tetapi memperkuat model belajar tersebut melalui pengayaan konten dan pengembangan teknologi pendidikan. Keempat, kapasitas siswa dalam menguasai bahan yang disampaikan lewat *e-learning* amat bervariasi, tergantung bentuk, isi, dan cara penyampaiannya. Makin baik keselarasan

antar konten dan alat penyampai dengan gaya belajar, semakin baik penguasaan siswa pada gilirannya akan memberikan hasil yang lebih baik.

6) Komunitas

Sebuah situs web yang dibuat dengan tujuan untuk memungkinkan pengunjung berkomunikasi secara bersamaan. Pengunjung bisa berbagi pengalaman, cerita, ide, dan lainnya. Bisa juga mencari dan menambah teman atau untuk membuat suatu perkumpulan baru

7) Portal

Adalah sebuah aplikasi berbasis web yang menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi online terdistribusi, seperti dokumen yang didapat melalui pencarian, kanal berita, dan link ke situs khusus. Untuk memudahkan penggunaannya biasanya disediakan fasilitas pencarian dan pengorganisasian informasi.

8) Personal

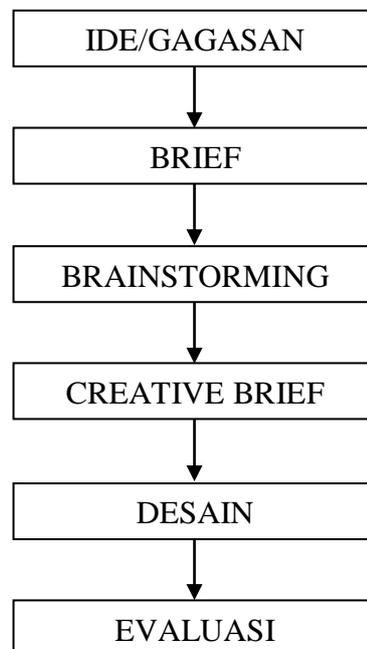
Situs personal merupakan situs yang memiliki tujuan untuk mempromosikan tentang seseorang. Biasanya berisi tentang biodata, portofolio (kumpulan hasil karya yang pernah dibuat), prestasi, atau sebagai diary yang menceritakan kehidupan sehari-hari yang di *publish* agar orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentangnya.

4. PT. Dolan Kreasi Indonesia

Dolan Kreasi Indonesia adalah sebuah perusahaan startup yang berdiri pada November 2018 dan berlokasi di kota Surakarta. Dolan didirikan dengan tujuan untuk memberdayakan desa wisata di Indonesia untuk lebih dikenal masyarakat lokal maupun mancanegara. Hal ini nantinya akan membantu pendapatan masyarakat desa dan tentunya meningkatkan devisa negara.

Saat ini, Dolan telah memiliki platform *web-based* dan sedang mengembangkan platform baru berupa aplikasi yang nantinya dapat diakses melalui smartphone android atau ios oleh user yang tersebar di seluruh belahan dunia.

G. Metode Perancangan



Gambar 1 : Bagan Struktur Perancangan
(Sumber : Tugas Akhir Riki Febriyanto : 2017, DKV Universitas
Sahid Surakarta)

Perancangan ini memiliki urutan ataupun proses dalam pembuatannya, diantaranya adalah :

a. **Ide / Gagasan**

Ide adalah gagasan ataupun rancangan yang masih dalam pemikiran (KBBI, 2008). Konsep awal pada perancangan ini adalah merencanakan website Dolan Kreasi Indonesia sesuai dengan *target market* nya, yaitu masyarakat lokal maupun internasional.

b. **Brief**

Brief adalah kumpulan data data yang didapat dari tahapan observasi yang kemudian diolah dan dianalisa sehingga didapatkan data yang lebih ringkas, sesuai dan akurat mengenai latar belakang permasalahan. Hal ini berkaitan dengan data yang diperoleh dari beberapa narasumber akan mempengaruhi hasil perancangan itu sendiri.

Observasi merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa objek, kondisi atau suasana tertentu dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Guba & Lincoln, 1981 : 191-193)..

Observasi pada perancangan ini bertujuan untuk mendapatkan data-data yang sekiranya diperlukan untuk menunjang perwujudan ide atau gagasan.

Perancangan ini dilakukan dengan memilih jenis penelitian kualitatif dengan pemilihan kota Surakarta sebagai lokasi penelitian.

1. Jenis Penelitian.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, Rachmat : 2006). Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif didapatkan dengan wawancara dan observasi. Melalui metode ini, peneliti akan menganalisis data yang didapatkan dari lapangan dengan detail. Hasil dari penelitian kualitatif juga dapat memunculkan teori baru, dan apabila hasil penelitian bertentangan dengan teori yang sebelumnya, maka dapat dijadikan kajian dalam penelitian.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian kualitatif menggunakan lingkungan alamiah sebagai lokasi penelitiannya yang berguna untuk mendapatkan sumber data. Lokasi penelitian menunjukkan pada pengertian tempat atau lokasi sosial penelitian yang dicirikan oleh adanya unsur yaitu pelaku, tempat dan kegiatan yang dapat di observasi. Metode kualitatif diharapkan dapat memberikan hasil

yang detil dan mendalam terhadap suatu individu maupun kelompok dalam suatu lokasi tersebut.

3. Sumber Data

Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah berupa wawancara mendalam, observasi partisipasi, bahan dokumenter, serta metode-metode baru seperti metode bahan visual dan metode penelusuran bahan internet (Bungin, 2007: 107). Berikut penjelasan dari sumber data penelitian kualitatif ini :

- a. Narasumber atau pihak yang dianggap memiliki kompetensi dan dapat memberikan informasi mengenai sejarah dan latar belakang PT. Dolan Kreasi Indonesia.
- b. Bahan pustaka yang dapat berupa : buku-buku, otobiografi, dokumen pemerintah maupun swasta, memorial, skripsi, jurnal ilmiah, disertasi, majalah, artikel dan atau sumber online dari internet sebagai sumber tertulis yang relevan sehingga dapat digunakan sebagai kajian teoritis
- c. Dokumentasi foto atau dokumentasi visual yang dapat digunakan sebagai sumber data, dokumentasi visual nantinya akan digunakan sebagai referensi untuk menentukan hasil akhir dari karya desain

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian,

sehingga nantinya data yang didapat menjadi relevan dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

P. Joko Subagyo (2011: 39) menjelaskan bahwa wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responded. wawancara bermakna berhadapan langsung antara *interview* dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan. Dalam penelitian kualitatif terdapat dua jenis wawancara yang dikenal secara umum, yaitu wawancara terstruktur yang banyak digunakan dalam penelitian kualitatif dan wawancara tidak terstruktur yang disebut wawancara mendalam yang pada umumnya dilakukan dalam penelitian kualitatif (H.B. Sutopo, 2006: 67-68). Penelitian ini akan menggunakan dua jenis wawancara yang telah disebutkan. Wawancara terstruktur digunakan karena ada beberapa hal utama yang harus dipersiapkan dan ditanyakan oleh peneliti pada tiap-tiap informan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur digunakan karena jika dalam wawancara terstruktur tersebut ditemukan hal-hal baru, maka peneliti akan menanyakan lebih jauh untuk

memahami informasi yang lebih mendalam kepada narasumber berikutnya.

b. Metode Pustaka

Teknik pengumpulan data dari berbagai bahan pustaka (referensi) yang relevan dan mempelajari yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan adalah sumber informasi yang telah ditemukan oleh para ahli yang kompeten di bidangnya masing-masing sehingga relevan dengan pembahasan yang sedang diteliti. Dengan metode pustaka, peneliti dapat menemukan data yang tak terbatas, sehingga membantu peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Secara detil bahan pustaka terbagi beberapa macam yaitu:

1. Otobiografi.
2. *Company Profile* Perusahaan
3. Majalah dan Tabloid desain
4. Data di *server* dan *flashdisk*, data tersimpan di *website*, dan lain-lain.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi bermanfaat untuk mengungkapkan suatu keterkaitan antara obyek penelitian dengan peristiwa di masa silam atau peristiwa saat ini (Bungin, 2011:123). Bahan visual juga memiliki makna secara spesifik terhadap obyek atau

informan penelitian. Keterkaitan obyek dan narasumber penelitian dengan peristiwa yang terjadi di masa lalu ataupun peristiwa saat ini dapat diungkapkan dari beberapa hal :

1. Apakah terdapat korelasi antara pemilik obyek dan narasumber dengan peristiwa yang terjadi di masa lalu
2. Apakah lingkungan sosial di sekitar obyek dan narasumber penelitian saat itu memiliki keterkaitan dengan sebuah pemaknaan yang digali saat ini.
3. Sejauh mana bahan visual itu memberikan petunjuk kepada peneliti untuk menemukan bahan informasi baru.

Informasi yang didapat melalui metode dokumentasi bersifat sebagai informasi sekunder, sehingga walaupun dapat digunakan sebagai salah satu bahan penelitian, namun metode bahan visual ini hanya dapat digunakan dalam metode sekunder.

5. Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244). Analisa data yang dianggap paling sesuai dalam penelitian kualitatif adalah analisa data triangulasi yang merupakan sebuah teknik pemeriksaan keabsahan data yang

memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data itu. Norman K. Denzin (1987:291) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Tujuan akhir dari penggunaan metode ini adalah untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih lugas dan relevan dari beberapa sudut pandang yang dalam hal ini berupa sumber penelitian yang ada, seperti sumber pustaka, wawancara, dan dokumentasi visual.

c. ***Brainstorming***

Brainstorming merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan ide ide kreatif mengenai penyelesaian masalah. Dalam perancangan ini, brainstorming dilakukan dengan dosen pembimbing Tugas Akhir dan teman mahasiswa lainnya serta pihak Dolan Kreasi Indonesia untuk memberikan kontribusi langsung terhadap desain yang dirancang.

d. ***Creative Brief***

Creative brief merupakan hal yang perlu dipersiapkan untuk melakukan langkah kreatif dalam menghasilkan perancangan yang sesuai dengan permasalahan. Dalam hal ini creative brief mencakup strategi kreatif, hasil riset dan media plan yang digunakan dalam perancangan Website Dolan Kreasi Indonesia.

e. **Desain**

Merupakan proses pewujudan ide-ide kreatif ataupun strategi visual yang telah ditentukan sebelumnya.

f. **Evaluasi**

Evaluasi dilakukan untuk memberikan penilaian mengenai hasil perancangan apakah sudah sesuai atau belum, proses ini dilakukan secara langsung sehingga mampu memberikan kesimpulan terhadap hasil sebuah perancangan.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan pada hasil penelitian ini terbagi menjadi beberapa bab yang menjabarkan secara sistematis mengenai persoalan-persoalan penelitian, kajian-kajian teoritik yang dipergunakan, pengumpulan data, analisa data dan kesimpulan. Berikut penjabaran sistematika penulisan pada penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN DAN LATAR BELAKANG MASALAH.

Bab ini memuat tentang permasalahan perancangan yang akan di bahas, kemudian merumuskan permasalahannya, mengungkapkan tujuan dan manfaat dari perancangan ini, serta mencantumkan tinjauan pustaka, metode perancangan dan landasan teorinya.

BAB II IDENTIFIKASI DATA. Bab ini memuat penjelasan mengenai identifikasi data perusahaan yaitu PT. Dolan Kreasi Indonesia

BAB III ANALISA DATA. Bab ini memuat mengenai konsep perancangan Desain website, analisa data dan strategi kreatif.

BAB IV PERWUJUDAN KARYA. Bab ini berisi tentang perancangan karya beserta penjelasan mengenai karya-karya yang dibuat yang sesuai dengan analisa data, USP, positioning dan strategi kreatif yang telah ditentukan pada bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP. Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.