

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan adanya kemajuan teknologi media sosial yang sangat pesat ini berdampak untuk memberikan informasi yang lebih luas dan lebih efektif untuk melakukan penjualan atau transaksi secara online. Penjualan online merupakan suatu proses bisnis yang menghubungkan penjual dan konsumen melalui transaksi elektronik dan pemasaran produk lebih luas. Melalui instagram dapat mempermudah mempromosikan produk kepada konsumen, sehingga konsumen akan mudah menemukan dan mencari produk di media online. Menurut informasi dari We Are Social Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram tertinggi di dunia karena, pada bulan Oktober 2023 terdapat sekitar 104,8 juta individu yang menggunakan Instagram di Indonesia. Ketertarikan masyarakat untuk menjadi pengguna Instagram didasarkan pada fitur-fitur yang ditawarkan itu sendiri, salah satunya adalah peningkatan kecepatan arus informasi sebagai dasar dari sebuah interaksi (M. Fitra, 2019).

Katalog merupakan media informasi yang berisikan tentang daftar koleksi produk suatu perusahaan secara sistematis sehingga memudahkan konsumen untuk mengetahui produk apa yang akan digunakan. Kehadiran katalog memungkinkan konsumen untuk dengan mudah menelusuri dan mengidentifikasi produk-produk yang tersedia, membantu mereka dalam pengambilan keputusan dan pemahaman yang lebih baik tentang ragam

pilihan yang ditawarkan oleh penjual. Proses perancangan katalog dimulai dengan konsep, layout katalog, produksi foto, dan editing. Didalam konteks katalog fotografi merupakan tahap yang penting karena memungkinkan konsumen untuk memahami pesan yang ingin disampaikan melalui gambar, terutama ketika memotret suatu produk. Didalam sebuah fotografi penyusunan sangat penting untuk mengetahui alur atau makna yang terkandung didalamnya, seperti pada foto suatu produk (E.O Verdiana, 2023). Pada dasarnya, fotografi produk mempunyai tujuan yang sama, yaitu memperkenalkan sebuah produk ke masyarakat melalui media foto agar mendapat respon dari masyarakat, sehingga memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut (P. A. Purnama, 2020).

Pada saat ini, gaya berpakaian yang diterapkan oleh setiap individu sangat beragam, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun pada acara khusus. Penampilan yang menarik menjadi suatu daya tarik tersendiri di kalangan masyarakat. Media sosial memiliki peran yang cukup penting terhadap fashion karena dapat memberikan kesempatan bagi individu untuk mendapatkan inspirasi fashion dari berbagai daerah.

Peachy.Idea, salah satu online shop dibidang *fashion* yang beroperasi di media sosial instagram, mengkhususkan diri dalam produk pakaian hangat seperti *hoodie zipper*, *hoodie jumper*, dan *basic sweater*. Meskipun telah aktif dalam industri tersebut, Peachy.Idea belum berhasil melakukan strategi *branding* yang optimal. Dalam kurun waktu 6 tahun profil instagram masih minim pengunjung dan pengikut, karena kurangnya daya tarik dan minat dari

konsumen pada konten yang tersedia. Instagram merupakan media sosial yang paling cocok untuk mengunggah konten berupa gambar dan foto dan memiliki popularitas yang sangat baik dikalangan anak muda (A. Maharani, 2020). Ini menjadi salah satu alasan mengapa Instagram memiliki berbagai manfaat untuk para pebisnis atau pengusaha guna membangun dan mengembangkan brand suatu bisnis. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, penelitian ini akan berfokus pada perancangan katalog sebagai langkah awal dalam mengembangkan strategi *branding*. *Branding* adalah kegiatan mengkomunikasikan merek atau *brand* kepada konsumen agar mengetahui, mengenal, mengerti dan memahami makna dan nilai dari *brand* suatu perusahaan berbeda dengan pesaing. *Branding* yang tepat dan sukses akan membuat konsumen dengan mudah mengenali suatu *brand* berbeda dengan yang lain (Dyah Panuntun Utami, 2021). Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan katalog digital perusahaan Peachy.Idea yang dirancang dengan menyajikan foto produk, informasi kontak person, alamat dan website. Bertujuan agar dapat memberikan informasi kepada klien dengan mudah.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis bermaksud untuk melakukan sebuah penelitian dalam bentuk perancangan katalog dengan judul **“PERANCANGAN KATALOG PRODUK PEACHY.IDEA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Minimnya informasi sehingga konsumen sulit mengetahui informasi harga dan produk yang tersedia.
2. Minimnya daya tarik konsumen terhadap perusahaan akibat tidak adanya katalog.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana susunan dalam perancangan katalog yang berdampak kenyamanan konsumen dalam menemukan produk yang dibutuhkan?
2. Bagaimana konsep visualisasi dan ketegasan informasi yang berdampak pada tingkat kepercayaan dan keputusan konsumen saat melakukan pembelian?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang susunan katalog untuk kenyamanan konsumen agar memudahkan dalam mencari produk yang dibutuhkan.
2. Memvisualisasikan informasi melalui katalog produk untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

1.5 Batasan Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah dalam perancangan ini, maka dilakukan batasan lingkup perancangan yang lebih difokuskan sebagai berikut:

1. Penelitian ini memfokuskan pada perancangan katalog

produk Peachy.Idea dengan tema minimalis modern.

2. Target Audiens:

a. Demografis

Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan

Usia : 15 – 35 tahun

Ekonomi : Menengah kebawah

Profesi : Pelajar, Mahasiswa, Pekerja

b. Geografis

Negara : Indonesia

Wilayah : Kadugede – Kuningan Jawa Barat

c. Psikografis

Gaya Hidup : Simple, dan Modern

Kepribadian : Aktif

3. Media Penerapan

Media penerapan dalam perancangan ini dibatasi dalam bentuk katalog yang berisi foto produk dan informasi dari produk Peachy.Idea yang didukung oleh media penunjang berupa poster, brosur, x-banner, buku fisik katalog dan media penunjang yang sekiranya mendukung dari media utama.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung pengetahuan dan wawasan dibidang yang serupa.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk perancangan selanjutnya terkait perancangan katalog produk

2. Manfaat Praktis

a. Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik yang berhubungan dengan judul penelitian diatas.

b. Bagi Perusahaan Terkait

Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan Peachy. Idea yang dapat memberikan ciri khas untuk menjadi pembeda dengan perusahaan lain.

c. Bagi Masyarakat Umum

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih lengkap terhadap produk yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat.

1.7 Metode Penelitian

Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif karena data penelitian ini bersifat deskriptif sehingga bertujuan untuk memberikan gambaran atau keadaan suatu hal dengan mendeskripsikannya sedetail mungkin berdasarkan fakta yang ada. Pendekatan kualitatif memanfaatkan elemen visual untuk menyampaikan pesan atau informasi secara efektif untuk menggambarkan secara mendalam dari fenomena yang dikaji agar memperoleh data secara faktual.

Metodologi penelitian ini mencakup metode pengumpulan data, analisis data, dan penyelesaian masalah.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

a. Studi Literatur

Pengumpulan data tertulis berupa literatur yang bersumber dari referensi, katalog serta berbagai jenis data pendukung lainnya seperti berita, jurnal, dan artikel yang membahas tentang topik dan permasalahan yang terkait.

b. Observasi

Pengumpulan data dan informasi mengenai pemasaran, produk, harga, dan lainnya secara langsung ke profil media sosial instagram.

c. Wawancara

Penulis melakukan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara secara langsung dengan pemilik perusahaan Peachy.Idea.

1.7.2 Metode Analisis Data

Dalam metode analisis data penulis menggunakan metode analisis evaluasi desain dan tata letak. Analisis tersebut bertujuan untuk mengevaluasi berbagai aspek desain dan tata letak katalog secara menyeluruh agar katalog tersebut dapat berfungsi secara optimal dan sesuai.

Adapun analisis evaluasi desain dan tata letak dalam

perancangan ini yaitu:

a. Grid System Analysis

Analisis *grid system* merupakan analisis yang digunakan untuk memastikan bahwa elemen-elemen desain ditempatkan secara konsisten dan proporsional.

b. Hierarchy Analysis

Analisis hierarki merupakan informasi dalam katalog untuk memastikan bahwa elemen seperti judul produk atau harga, ditonjolkan dengan jelas dan mudah dikenali oleh pengguna.

c. Color and Contrast Analysis

Analisis penggunaan warna dan kontras dalam desain katalog untuk memastikan bahwa teks dan gambar dapat dibaca dengan jelas dan tidak mengganggu pengguna.

d. Typography Analysis

Analisis jenis font, ukuran font, dan format teks dalam katalog untuk memastikan bahwa teks mudah dibaca dan mencerminkan citra merek yang diinginkan

e. Consistency Analysis

Analisis konsistensi desain antara halaman-halaman dalam katalog untuk memastikan bahwa pengguna memiliki pengalaman yang seragam saat menavigasi katalog.

f. Whitespace Analysis

Analisis penggunaan ruang kosong dalam desain katalog untuk memastikan bahwa desainnya tidak terlalu padat dan memberikan napas visual yang cukup bagi pengguna.

g. Accessibility Analysis

Analisis yang memperhatikan prinsip-prinsip aksesibilitas, seperti kontras yang cukup untuk pengguna dengan gangguan penglihatan atau navigasi yang mudah bagi pengguna dengan keterbatasan motorik.

h. Mobile Responsiveness Analysis

Analisis responsivitas desain terhadap berbagai perangkat dan ukuran layar, terutama pada perangkat mobile, untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik di semua platform.

1.7.3 Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah pada perancangan katalog produk Peachy. Idea ini menggunakan metode penciptaan Hawkins yang dimodifikasi Soedarsono yang secara garis besar dapat diadopsi sebagai berikut:

a. Eksplorasi

Tahap awal proses eksplorasi visual dan referensi dari tema yang telah ditentukan sebelumnya.

b. Eksperimentasi

Metode yang lebih menekankan pada eksperimentasi medium (material, teknik, dan alat) yang akan digunakan.

c. Perwujudan

Mengidentifikasi bentuk karya yang sesuai berdasarkan hasil eksperimen sebelumnya, serta memperkuat konsep melalui dasar teoritis dan data empiris dari observasi. Pada tahap akhir, diperlukan penguatan dengan menggambarkan karya secara rinci agar hasilnya dapat dipahami sesuai konsep yang telah dijelaskan.

d. Evaluasi

Tahap mendapatkan umpan balik dari audiens guna mendapatkan kualitas ciptaan.

1.7.4 Kerangka Perancangan

Berikut merupakan kerangka perancangan yang digunakan pada perancangan ini.

1.7.4 Tabel Kerangka Perancangan



