

PERANCANGAN KATALOG “TAMARA WEDDING ORGANIZER” SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Lingga Raka Gatma¹

linggaraka.lr@gmail.com

Archita Desiana Logiana²

architadesia@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

"PRATICULAR IN THE DESIGN A CATALOGUE TAMARA WEDDING AN ORGANIZER AS A MEDIA CAMPAIGN TO PROMOTION"

Promotion is a the activity of communicating of the owner products or services intended to the community, for the purpose that products or services, brands and the name of a firm can best known to the public and affecting the public that want to buy and to use the or company service, Promotion basically is a form of marketing communications. This design intended to create catalog to help tamara wedding organizer presented and promoting services company, Idea the creator of created thought to public about tamara wedding organizer and the absence of a card catalog for perusahaan tamara wedding organizer the creator of plan design catalog tamara wedding organizer as media promotion, To help promosikan layout using the principle layout sequence, emphasis, and balance for the purpose of facilitate the reader to be more clear seen an image of the results of the concept of tamara wedding organizer, the purpose of the creator of make a catalogue being up to date to ease described by tamara wedding organizer for a client so as to be easily see the packages provided in tamara wedding organizer, The work is expected to encourage banks to broaden the acquaintance of a parent and betrothal in egypt and marriage candidates would have no trouble who wish to marry to direct and if you are confident use the tamara wedding an organizer, it is expected that communities especially prospective clients can understand my insight into tamara wedding an organizer as a company wedding an organizer who essentially and perfectly morally good.

Key Words: Promotion, Promotion Media, Catalog, Layout

¹ Mahasiswa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

² Dosen Pembimbing

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah sesuatu hal yang sangat penting dalam menyampaikan pesan kepada orang lain. Komunikasi ini juga menjadi jembatan atau penghubung yang menyatukan berbagai ide, pemikiran, gagasan, dan juga bisa sebagai penghubung untuk pemecahan masalah bagi individu antar individu atau kelompok dan antar kelompok. Salah satu manfaat komunikasi visual adalah menyampaikan informasi secara jelas melalui pesan berupa gambar, foto, tipografi dan ilustrasi, sehingga komunikasi dapat dengan mudah dipahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Informasi yang disampaikan melalui visual ini sesuai dengan fakta dan nyata. Komunikasi dalam bentuk visual digambarkan secara detail dan menyeluruh. Artinya, visualisasi tersebut sudah mewakili makna pesan yang ingin

Pernikahan merupakan sebuah impian bagi semua orang dengan pasangannya. Pernikahan juga merupakan sebuah prosesi sakral dalam kehidupan manusia. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 Pasal 1 menyatakan bahwa pernikahan adalah ikatan lahir batin antara seorang pria dan seorang wanita sebagai suami istri dengan tujuan membentuk keluarga atau rumah tangga yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Pada umumnya orang-orang menggunakan jasa *wedding organizer* dalam pernikahannya agar pernikahannya berjalan sesuai konsep yang diinginkan bagi kedua calon mempelai.

Tamara *Wedding Organizer* salah satu jasa *wedding organizer* yang sangat banyak diminati di sekitar Tangerang kota khususnya, dilihat dari perkembangan dari *instagram* memiliki pengikut sebanyak 1799 Pengikut dan Tamara *Wedding Organizer* memiliki urutan pertama dan memiliki *rate* bintang 4 (Empat) dikarenakan wilayah yang sangat dekat dengan Pusat Pemerintahan Kota Tangerang (PUSPEMKOT), hal tersebut membuat kerjasama antara pihak perusahaan Tamara *Wedding Organizer* kepada pemilik gedung penyelenggara pernikahan lebih cepat dalam berkomunikasi secara langsung, di Tamara *Wedding Organizer* juga memiliki Tamara *Catering* hal ini juga dapat meningkatkan minat

dikarenakan calon pengantin tidak perlu mencari jasa penyedia *catering* lainya dan di Tamara *Wedding Organizer* memudahkan calon pengantin untuk menghemat waktu dengan jasa yang sudah menyediakan semua kelengkapan yang dibutuhkan dalam membuat suatu acara pernikahan yang baik.

Gambar konsep *wedding* yang menarik tentunya akan memberikan visual pada konsumen untuk mengetahui lebih detail tentang produk yang bersangkutan. *Wedding Organizer* memberikan informasi mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan, Membantu merumuskan konsep pernikahan. *Wedding Organizer* mem-fasilitasi, negosiasi dan koordinasi dengan pihak gedung/hotel dan supplier/vendor seperti : *Catering*, dekorasi, fotografer, perias, grup musik, dll.

Karena belum adanya katalog dan media promosi lainnya Berdasarkan hal tersebut pencipta merasa perlu menciptakan suatu katalog untuk membantu Tamara *Wedding Organizer* mempromosikan dan mempromosikan jasa perusahaannya, untuk itu pencipta tertarik untuk membuat "Perancangan Katalog Tamara *Wedding Organizer* Sebagai Media Promosi" sebuah katalog berisikan hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan Tamara *Wedding Organizer* agar perusahaan Tamara *Wedding Organizer* lebih mudah untuk mempromosikan dan memperlihatkan untuk menawarkan paket yang sudah ada atau membuat konsep acara kepada klien dan membuka wawasan pemikiran klien untuk memilih konsep yang ada didalam katalog tersebut.

LANDASAN TEORI

Komunikasi

Sebagai makhluk sosial manusia memang tidak dapat terlepas dari komunikasi, karena komunikasi adalah bagian terpenting dalam hidup manusia agar dapat saling bertukar informasi dengan masyarakat lainnya. "Menurut Everett M. Rogers definisi komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain

yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian” (Mulyana 2008:69).

Berdasarkan definisi komunikasi disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses seorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain.

Komunikasi Visual

“Desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas, dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis” (Widagdo 1993:30).

Berdasarkan definisi komunikasi visual adalah penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa visual yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, hingga mempengaruhi sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Media Massa

Media massa merupakan suatu proses penyampaian pesan untuk disebar luaskan kepada khalayak luas. Untuk menyampaikan pesan kepada khalayak tentunya dibutuhkan media atau alat penyampaian pesan itu sendiri.

Menurut (Cangara, 2010:74), Jenis-jenis media massa diantaranya sebagai berikut :

1. Media cetak atau *printed media*

Merupakan media massa yang dibuat dengan percetakan yang kemudian menghasilkan tulisan sebagai bentuk informasi yang diberikan.

2. Media elektronik

Merupakan media massa yang menggunakan teknologi elektronik sehingga memungkinkan untuk didengar suaranya dan dilihat gambarnya oleh khalayak.

Katalog

Katalog berasal dari bahasa latin "*catalogus*" yang bearti daftar, dalam pengertian umum katalog diartikan sebagai daftar nama-nama, judul dan baran-barang. Menurut Hunter (1991) menyatakan bahwa katalog adalah suatu daftar dari, dan indeks kesuatu koleksi buku dan bahan lainnya.

Katalog memungkinkan pengguna untuk menemukan suatu bahan pustaka yang tersedia dalam koleksi perpustakaan tertentu. Katalog juga memungkinkan pengguna untuk mengetahui di mana suatu sarana untuk mengembalikan suatu bahan pustaka dari koleksi suatu perpustakaan (Hunter, 1991:1).

Berdasarkan definisi katalog bila dikaitkan dengan tugas akhir ini memiliki keterkaitan bahwa katalog merupakan alat yang penting untuk meningkatkan media persentasi kepada klien dengan tujuan sebagai buku katalog yang berisikan suatu daftar nama, judul, barang dan bahan lainnya.

Desain

Desain adalah proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tulisan, bentuk, dan gambar yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan. Desain bisa menarik karena indah atau dipandang konsepsnya yang kreatif” (Hendi Hendratman, 2008:13).

Unsur Desain

Sebagai seorang desainer Desain grafis adalah salah satu bentuk seni yang memberikan kebebasan kepada pencipta (perancang) untuk memilih, menciptakan atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan dan garis diatas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan.

Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa latin *illustrare* yang artinya penampakan, kemuliaan, cahaya, penerangan dan penggambaran secara hidup-hidup. Ilustrasi dipergunakan untuk memperjelas pesan.

Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Menurut Hendri Hendratman diterangkan bahwa “desain yang baik adalah tergantung dari pengaturan pada tiap elemen-elemen yang ada. Layout dibuat untuk mempermudah agar

pesan jadi mudah dimengerti. Ini adalah bagian dari komunikasi, tidak sekedar seni, atau mempercantik tampilan saja” (Guruh, 2008: 25).

Prinsip dasar layout

Prinsip dasar *layout* adalah prinsip dasar dalam dunia desain grafis, 4 (empat) diantaranya yaitu *Squence* /Urutan, *Emphasis* /Penekanan, *Balance*/ Keseimbangan, dan *Unity*/Kesatuan.

Tipografi

“Tipografi merupakan representasi visual, sebuah bentuk komunikasi verbal dan *property* visual yang pokok dan efektif” (Sihombing,2010:58).

Tipografi adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi.

METODE PENCIPTAAN KARYA

Deskripsi Karya

Penciptaan karya ini, pencipta akan membuat katalog mengenai Tamara *Wedding Organizer*. Katalog ini terdiri dari penjelasan singkat mengenai Tamara *Wedding Organizer*, Apa saja produk yang ditawarkan, keunggulan dari segi desain dekorasi Plaminan pengantin, dekorasi tenda acara, dekorasi meja prasmanan dan lainnya, dan menjelaskan keunggulan dari Tamara *Wedding Organizer*.

Format Karya

Pencipta memilih katalog sebagai media visual untuk media Promosi. Katalog yang dimaksud disini merupakan katalog yang menjelaskan melalui dukungan komunikasi visual dari Tamara *Wedding Organizer*.

Karakter Pinciptaan Karya

Karya yang berbentuk katalog cetak ini terdiri dari 34 halaman termasuk *cover* depan dan belakang berisikan 6 konten pembahasan seperti, sejarah singkat perusahaan, penampilan foto konsep wedding, dekorasi, foto konsep meja prasmanan, dan tenda dan warna dekorasi yang ada di Tamara *Wedding Organizer*. Ukuran katalog cetak ini adalah 20 cm x 12 cm, 300 *pixel*, dan *color mode* CMYK *color*. Untuk *cover* pada buku ini pencipta akan

menggunakan *Hard Cover* yang dilapisi semi kulit dan untuk isi menggunakan *Hard Cover* yang dilapisi sticker *vinyl* putih yang dilaminasi *doof*.

Target Audience

1. Demografis

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

- Usia : 18 – 50 Tahun

- Profesi : Pekerja Swasta dan Wirausahawan

2. Psikografis : Psikografi yang dituju adalah

pria dan wanita yang sudah dewasa dan sudah cukup umur untuk menikah, dan yang ingin merayakan acara lainnya seperti, acara keluarga besar, arisan keluarga, ulang tahun maupun acara besar lainnya.

3. Geografis : Keluarga yang berdomisi di

daerah Cipondoh, Poris Indah, Ciledug, sekitar Tangerang kota, Tangerang selatan, Jakarta Barat, dan sekitarnya. Lokasi kantor atau sanggar Tamara *Wedding Organizer* terletak di Poris Indah Blok H, Jl. Cemara Raya No.136, Tangerang Kota.

Teknik pengumpulan data

Dalam pengumpulan data perancangan pembuatan katalog Tamara *Wedding Organizer* ini dengan cara

Observasi : Pencipta melakukan observasi langsung ke Tamara *Wedding Organizer* di Kota Tangerang Kota dengan tujuan mendapatkan data dan serta mencari identitas mengenai Tamara *Wedding Organizer* guna untuk sebagai membantu proses pembuatan katalog tersebut.

Wawancara : Untuk wawancara pencipta telah bertemu langsung dan berbincang dengan Pemilik Tamara *Wedding Organizer* yaitu Bapak Nur Ngatman dan Ibu Ely Yuniarsih untuk mengetahui lebih lengkap data dari Tamara *Wedding Organizer*. Pencipta juga melakukan wawancara dengan Karyawan guna mendapatkan informasi tambahan.

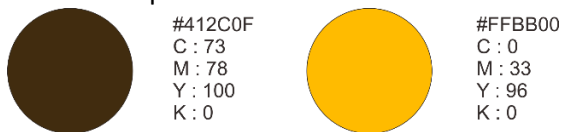
Studi Pustaka : Pada bagian ini pencipta mencari informasi dan penjelasan melalui buku-buku yang memberikan penjelasan dan pemahaman tentang Desain, *Layout* dan katalog. Selain melalui buku-buku pencipta juga mencari pemahaman tambahan mengenai Desain, *Layout* dan katalog melalui *Internet*.

Perencanaan Konsep Kreatif dan Konsep Teknis

Layout : Penataan desain *layout* dari ilustrasi Fotografi Tamara *Wedding Organizer* ini dibuat dengan desain yang simetris sehingga mudah untuk dipahami dan membuat pembaca tidak merasa jenuh dalam melihat dan membaca katalog.

Tipografi : Dari segi tipografi, jenis font yang digunakan adalah jenis **Font Futura MD BT** dan **Font Maiandra GD**

Warna : Berikut adalah warna yang pencipta gunakan berdasarkan *possibility color* yang telah didapat dari riset dan analisa :



Gambar Warna

Warna Coklat : memiliki makna pribadi yang hangat, terang alami, rendah hati, bersahabat, kebersamaan, tenang dan sentosa, sesuai dengan masyarakat Jawa yang mengutamakan rasa dalam segala tidak-tanduknya.

Warna Emas : Warna kuning/keemasan memiliki makna cahaya, prestasi, kemewahan, kemenangan dan kemakmuran, pencipta menggunakan warna ini karena ingin menciptakan kesan mewah dan elegan dalam desain perancangan katalog Tamara *Wedding Organizer*.

Pembahasan Karya

Pada bagian ini pencipta akan memberikan pembahasan mengenai karya yang telah selesai dalam pengerjaan. Terdapat bagian *cover* depan, Halaman 1-2, halaman 9-10, halaman 21-22, dan 29-30.



Gambar 1. Cover depan



Gambar 2. Halaman 1-2 pengenalan singkat tentang Tamara Wedding Organizer



Gambar 3. Halaman 9-10 Pengenalan konsep wedding



Gambar 4. Halaman 21-22 Pengenalan konsep wedding



Gambar 5. Halaman 29-30 Pengenalan bahan Tenda yang digunakan dan perancangannya

Laporan Penciptaan

Dalam tahap ini pencipta melaporkan kegiatan apa yang dilakukan dalam proses perancangan *layout* katalog yang akan dijabarkan prosesnya sampai dengan kendala yang dihadapi.

Pra Produksi

Dalam proses ini adalah proses dimana pencipta memikirkan apa yang akan pencipta buat untuk dijadikan sebagai tugas akhir, kendalanya adalah karya apa yang paling tepat untuk penulis buat sesuai dengan kemampuan, agar dapat menemukan hasil yang terbaik.

Setelah pencipta menemukan apa karya yang ingin dibuat, pencipta mulai dengan observasi dan wawancara objek dengan yang bersangkutan untuk melakukan *brand analyze* demi menciptakan yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan kedua pihak pencipta dan objek untuk menuju tahap produksi.

Produksi

Dalam proses produksi perancangan karya, pencipta memiliki kendala sering terjadinya berbeda pendapat pada saat wawancara dengan, desain *layout* katalog, sampai dengan tahap pencetakan dimana

operator percetakan yang kurang mengerti dengan konsep yang dimaksud pencipta.

Pasca Produksi

Masuknya pada saat pasca produksi termasuk bagian paling penting, bagian ini merupakan penulisan laporan dari hasil perancangan *layout* katalog yang berbentuk makalah, kendala yang penulis dapatkan adalah sulitnya mencari referensi buku-buku yang berkaitan dengan perancangan *layout* katalog ini, dan sulitnya referensi katalog jadi yang hampir menyerupai karya yang pencipta buat.

Karya Pendukung dan Strategi Promo

Karya yang pencipta buat tentunya membutuhkan media pendukung untuk menjadikan karya yang pencipta buat pada saat digunakan akan lebih efektif dan juga bermanfaat dalam segi promosi perusahaan kepada masyarakat. Berikut adalah media-media pendukung yang pencipta buat.

- Brosur
- Spanduk Berdiri (*X-Banner*)
- *Company Card*
- Spanduk

Evaluasi

Pada bagian ini memuat hasil evaluasi terhadap karya yang diciptakan. Melalui evaluasi ini, pencipta akan membahas mengenai kekuatan karya, kelemahan, biaya, kesempatan, dan ancaman kompetitor dibandingkan dengan karya yang telah ada sebelumnya.

Kekuatan : Pencipta yakin dengan katalog yang dibuat ini akan meningkatnya daya tarik konsumen terhadap Tamara *Wedding Organizer*. Keunikan dalam katalog yang dibuat pencipta yang berbeda dari katalog profil kompetitor miliki sebelumnya.

Kelemahan : Pencipta kurang berpengalaman dalam *layout* sehingga adanya kendala didesain *layout* sehingga pencipta berulang ulang mencari referensi dari buku-buku dan *internet* guna untuk memudahkan pencipta untuk menciptakan karya katalog ini.

Biaya : Biaya yang dibutuhkan dalam perancangan karya ilustrasi katalog ini cukup besar dengan ini pencipta mencari percetakan

yang berkualitas, bagus, awet dan murah, sampai akhirnya pencipta menemukan tempat percetakan tersebut.

Rekomendasi : Rekomendasi pencipta untuk calon pencipta selanjutnya yang sejenis atau bagi yang ingin membuat penciptaan sebuah katalog media promosi lain adalah selalu berusaha dalam meningkatkan ide dan kreatifitas untuk membuat konsep kreatif dalam katalog media promosi agar menjadi katalog yang mudah dibaca dan dipahami pembaca.

Kemudian dalam membuat sebuah katalog media promosi diusahakan para calon pencipta harus terlebih dahulu untuk menentukan tema isi katalog dan konsep yang akan digunakan, riset tentang tema yang akan dibahas dalam isi katalog dan mengenali masalahnya, kenali target *audience* agar dalam pembuatan karya tersebut sesuai dengan segmentasi target yang diharapkan katalog yang menarik dan mudah diterima pembaca, semua isi pesan tersampaikan dengan baik.

Simpulan

Kesimpulan dari karya yang diciptakan pencipta adalah berguna dan layak untuk Tamara *Wedding Organizer* sampai jangka panjang. Mudah dibaca dan dimengerti oleh konsumen / calon konsumen / tamu dan orang banyak ketika sedang di acara resepsi pernikahan klien Tamara *Wedding Organizer* dan juga ketika ada yang berkunjung ke kantor atau sanggar, dimana jika konsumen datang dapat melihat katalog tersebut dan menambah ketertarikan konsumen terhadap Tamara *Wedding Organizer*. Ada pun dampak langsung dan tidak langsung yang dirasakan oleh pencipta dan perusahaan atas perancangan katalog ini.

Dampak langsung

Bagi perusahaan katalog dapat digunakan untuk mengembangkan aplikasi media promosi perusahaan kepada konsumen

Bagi pencipta karya katalog yang dibuat ini akan digunakan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam menempuh pendidikan di Universitas Budi Luhur

Dampak Tidak Langsung

Bagi perusahaan dampak tidak langsungnya Tamara *Wedding Organizer* akan muda dikenal oleh konsumen dan calon konsumen yang terimbas dari daya tarik yang semakin meningkat karena kepercayaan konsumen akan kualitas dan hasil yang diberikan Tamara *Wedding Organizer* kepada kliennya, dan tentunya pendapatan yang akan didapat perusahaan juga meningkat karena adanya media promosi pendukung lainnya yang telah pencipta buat.

Bagi pencipta karya ini dapat dijadikan sebagai aset portofolio pencipta dalam memasuki dunia kerja nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Rustan, Surianto. 2009. *Dasar dan penerapannya*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI.
- Basuki, Sulisty. 1991. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta : Gramedia Utama.
- Hendratman, Hendi. 2008. *Graphics Design (2nd ed)*. Bandung : Informatika.
- Arifin dan Kusrianto, 2009. *Sukses Menulis Buku Ajar dan Referensi*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

INTERNET :

<https://loekmanulkim.wordpress.com/2012/03/19/tata-letak-layout/> diakses pada tanggal 23 Febuari 2018 Pukul 19.24 WIB

<https://ilmuseni.com/seni-rupa/seni-grafis/unsur-desain-grafis> diakses pada tanggal 24 Febuari 2018 Pukul 19.40 WIB

<http://kelasdesain.com/layoutdanelemennya/> diakses pada tanggal 3 Maret 2018 Pukul 21.16 WIB

<http://kelasdesain.com/mengenal-jenis-jenis-tipografi/> diakses pada tanggal 3 Maret 2018 Pukul 21.47 WIB

<http://www.plimbi.com/news/126292/jenis-jenis-font> diakses pada tanggal 4 Maret 2018 Pukul 17.22 WIB

<http://abangadek-adv.com/artikel/baca/27/seni-tipografi> diakses pada tanggal 4 Maret 2018 Pukul 17.53 WIB

BUKU :

- Anggaraini S, Lia dan Nathalia, Kirana 2004. *Desain Komunikasi Visual : Dasar – dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cendikia.
- Dewi, Liza Dwi Ratna, 2008, *Teori Komunikasi: Pemahaman dan Penerapan*. Tangerang : Renata
- Kusrianto, Adi 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi.
- Mulyana, Dedy. 2008. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Nugroho, Eko. 2008. *Sistem Informasi Manajemen : Konsep, Aplikasi dan Perkembangan*: Yogyakarta.
- Nuryawan, Prima Haris. 2009. *101 Kombinasi Warna Harmonis*. Jakarta : Prima Infosarana Media.