

PERANCANGAN LAYOUT KATALOG CETAK PHOTOBX.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Pipit Madina
Pipitmadina014@gmail.com
Nugroho Widya Prio Utomo
whittynog@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

DESIGNING LAYOUTS CATALOG PRINT PHOTOBX.ID AS MEDIA PROMOTION

The design of this work aims to provide information about the services offered by Photobox.id and make it a media campaign. The formulation of ideas for creating this work is that creators are encouraged to design layouts for the Photobox.id catalog. The media used in catalog layout design is print media that is interesting to read using design techniques so that readers can enjoy and give a comfortable impression when reading the catalog. The method of making this work is done by studying literature through books, internet and field studies, namely observation, interviews with owners and clients from Photobox.id. The work created by the creator will be in the form of a printed catalog book, where there are illustrations or photos that represent every content that exists and give an impression, neat, clean, simple and modern. The conclusion of this work is that catalog layout design plays an important role as a medium for promotion and corporate identity. Illustrations or photos that can be very supportive elements in designing catalog layouts, where each element can represent existing content.

Keywords: *Catalog, Layout, Promotion Media*

PENDAHULUAN

Boleh dikatakan usaha dibidang fotografi tak akan pernah mati. Kita semua mengerti teknologi digital, khususnya kamera, semakin marak. Harga peralatan fotografi pun cenderung terjangkau. Hal ini mendorong tren usaha jasa fotografi, seperti studio foto, cetak foto digital, foto *wedding* dan *prewedding* kian menjamur.¹ Saat ini siapa pun bisa menjalani hobi fotografi. Berawal dari

hobi kini sudah bisa menjadi peluang usaha fotografi.

Sementara itu kebutuhan personal akan jasa fotografi juga tak kalah besarnya, orang lebih cenderung berkeinginan mendokumentasikan peristiwa bersejarah, seperti pernikahan, kelahiran anak, wisuda, dan lain-lain. Dengan kata lain, selama orang masih berkeinginan mengabadikan momen kehidupannya jasa fotografi akan tetap diperlukan.² Hasil karya

¹ A.Ruhimat, Rupiah Meriah dari Bisnis Fotografi, (Jakarta: PPM, 2010), Hlm. 2.

² Ibid, Hlm. 3.

merupakan salah satu daya tarik dan menjadi alat marketing dalam bisnis fotografi. Sehingga calon klien dapat melihat hasil karya yang telah dikerjakan untuk kemudian mempercayakan mengabdikan hari khusus mereka.

Photobox.id merupakan salah satu jenis jasa yang bergerak dibidang fotografi. Photobox.id di dirikan sejak tahun 2015 oleh Nur Apriliani, dan Siti Mauliana. Pada awalnya Nur Aprilia dan Siti Mauliana memiliki hobi yang sama yaitu dalam bidang fotografi, seiring perkembangan waktu mereka memutuskan untuk bekerja sama untuk terjun kedalam dunia bisnis fotografi yang bertempat di Jalan Delman Elok, Kebayoran Lama Utara, Jakarta Selatan.

Photobox hanya memiliki kategori jasa foto prewedding dan wedding. Pada tahun 2017 Photobox.id tidak hanya diperuntukan untuk jasa foto prewedding dan wedding tetapi juga untuk foto event, foto produk, dan kebutuhan sosial media. Tetapi dengan banyaknya jasa fotografi membuat daya saing para pengusaha jasa fotografi memutar otak untuk dapat terus eksis dan dapat mengembangkan usahanya tersebut.

Jika dilihat dari hasil observasi, pencipta berpendapat kendala yang dihadapi oleh Photobox.id ini adalah turunnya pendapatan karena selama ini

RUMUSAN IDE PENCIPTAAN

Berdasarkan latar belakang di

atas, pencipta terdorong untuk menciptakan desain untuk katalog Photobox.id. Desain Katalog ini nantinya akan digunakan oleh Photobox.id sebagai media promosi untuk memperkenalkan jasa Photobox.id dan beberapa informasi tentang Photobox.id. Berdasarkan hal tersebut, maka penciptaan karya dengan

yang menggunakan jasanya hanya sebatas klien yang sudah mengenal Photobox.id, ketidaktahuan akan Photobox.id itu dikarenakan minimnya media promosi yang sampai kepada masyarakat. Menurut data yang didapatkan di lapangan dan wawancara pencipta dengan pemilik Photobox.id. Photobox.id ingin membuat katalog cetak sebagai media promosi yang nantinya akan digunakan pada saat pihak Photobox.id bertemu dengan calon klien dan sebagai media promosi untuk berkerja sama dengan event organizer atau alamat-alamat tertentu yang membutuhkan jasa foto untuk keperluan pribadi, bisnis, maupun kebutuhan sosial media.

Karena keunggulan katalog cetak dapat menjadi alternatif pilihan media promosi cetak yang mampu menampilkan banyak informasi. Agar Photobox.id lebih mudah mempromosikan dan memperkenalkan jasa Photobox.id. Dengan katalog, pembaca umumnya membutuhkan waktu yang lebih panjang untuk memutuskan jasa yang dibutuhkannya.³

Maka dari itu pencipta mengangkat permasalahan tersebut sebagai tugas akhir dengan judul "Perancangan Layout Katalog Cetak Photobox.id sebagai Media Promosi"

"Perancangan Layout Katalog Cetak Photobox.id sebagai Media Promosi"

TUJUAN KARYA

Katalog ini akan menjadi media promosi untuk memperkenalkan Jasa Photobox.id berikut penjelasan profil perusahaan, visi dan misi, katagori jasa , daftar harga dan info kontak. Sebuah katalog yang berfungsi sebagai media informasi jasa dengan memperhatikan

³

<https://www.bitebrands.co/2015/03/jenis->

[jenis-media-promosi-cetak.html](https://www.bitebrands.co/2015/03/jenis-media-promosi-cetak.html) diakses 11 Oktober 2018, jam 14.20 WIB

elemen-elemen visual yaitu, layout, warna, ilustrasi, agar informasi dan pesan dapat tersampaikan dengan baik dan dapat diterima oleh calon klien.

MANFAAT UMUM

Manfaat umum dari penciptaan karya ini adalah agar calon klien dapat mengetahui informasi tentang jasa Photobox.id secara menarik dan informatif sehingga dapat menimbulkan ketertarikan dari jasa yang dimiliki oleh Photobox.id.

MANFAAT PRAKTIS

Manfaat yang ditinjau dari segi praktis adalah sebagai bentuk penyampaian informasi secara mudah dipahami oleh segmentasi klien. Sehingga klien tersebut dapat memberikan informasinya kembali kepada calon klien lainnya dengan memberikan gambaran terhadap kualitas jasa Photobox.id.

KOMUNIKASI

Komunikasi adalah proses yang melibatkan pengiriman pesan atau tukar pikiran antara komunikator dan penerima. Proses komunikasi tersebut bisa menggunakan satu set media untuk mentransfer informasi, ide, fakta, dan opini dari komunikator kepada penerima. Proses komunikasi dimulai dengan komunikator dan berakhir pada penerima pesan, yang juga merupakan pertukaran ide diantara mereka. Dalam proses komunikasi terdapat elemen-elemen kunci seperti pengirim pesan (komunikator), pesan (*message*), saluran komunikasi (media), penerima pesan, umpan balik (*feedback*), dan gangguan/hambatan (*noise*).⁴

⁴ Dr. Hadiono Afdjani, Ilmu Komunikasi proses & strategi, (Tangerang: Indigo Media, 2015), Hlm. 15.

⁵ <https://www.scribd.com/doc/18580294/Komunikasi-Visual>

KOMUNIKASI VISUAL

Pengertian lain dari komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk visual yang dikelola untuk kepentingan komersil, dari individu atau kelompok yang ditunjukkan kepada individu dan kelompok lainnya. Selain itu komunikasi visual juga merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi, dan ungkapan kreatif, teknik, dan media dengan mengelola elemen grafis seperti huruf, warna, serta tata letak, dan juga audio yang dijadikan suatu hasil implementasi⁵

KATALOG

Katalog adalah carik kartu, daftar, atau buku yang memuat nama benda atau informasi tertentu yang ingin disampaikan, disusun secara berurutan, teratur, dan alfabetis.⁶

CORPORATE IDENTITY

Corporate identity adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Identitas perusahaan tersebut harus diciptakan melalui sesuatu rancangan desain khusus yang meliputi segala hal khas/unik berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan secara fisik.⁷

LAYOUT

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawakan. *Me-layout* adalah salah satu proses atau tahapan kerja

⁶ <https://kbbi.web.id/katalog> diakses 18 Juli 2019, jam 17.53 WIB

⁷ M. Lingga Anggoro, Teori & Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Hlm. 280.

dalam desain, dapat dikatakan bahwa desain merupakan aristeknya sedangkan *layout* pekerjaannya⁸

ILUSTRASI

Ilustrasi adalah desain yang membantu memaparkan dan memberi gambaran yang jelas atas ide, konsep atau tulisan, misalnya perbandingan, petunjuk, dan sebagainya. Selain itu, ilustrasi juga berfungsi sebagai elemen penghias yang dapat menarik perhatian. Ilustrasi dapat dikembangkan lebih jauh lagi, misalnya dengan 3D, komik, film atau animasi dan lain-lain.⁹

WARNA

Warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif dan psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan.¹⁰

METODE PENCIPTAAN KARYA

Karya yang akan dibuat oleh pencipta adalah sebuah katalog cetak Photobox.id. Katalog yang akan dibuat oleh pencipta akan menyisipkan sebuah informasi serta menjadikannya sebuah katalog yang menarik untuk dibaca oleh khalayak. Untuk memenuhi sebuah katalog yang informatif serta menarik, maka pencipta merancang *corporate identity*, *layout*, ilustrasi dan warna.

Media yang digunakan oleh pencipta adalah katalog cetak yang dipilih sebagai media publikasi karena bersifat *repeatable*, bertahan lama untuk disimpan dan sebagai media yang dapat menunjukkan segala macam kategori jasa yang disusun sesuai dengan jenisnya.

Konsep kreatif yang dilakukan oleh pencipta terdiri dari ide penciptaan, *statement*, *treatment*, dan penjelasan lainnya yang berhubungan dengan karya seperti *corporate identity*, *layout*, ilustrasi, warna pada karya katalog cetak.

Adapun konsep dasar media komunikasi visual Photobox.id adalah visual dengan gaya yang modern, rapih dan sederhana dengan tujuan memberikan gambaran yang sebenarnya dari Photobox.id. Dan pencipta membuat katalog cetak sebagai media promosi Photobox.id. Media cetak ini sangat praktis, efektif, dan efisien. Sehingga katalog cetak ini akan mudah untuk dibawa pada saat photobox.id bertemu dengan klien dan terkesan formal.

Karya yang berbentuk Katalog cetak ini terdiri dari 20 lembar 40 halaman dengan ukuran 17,5 cm x 21 cm dan berorientasi landscape. Katalog ini berisi tentang Photobox.id, visi dan misi, katagori jasa dan daftar paket dan info kontak.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi literatur, wawancara, dan observasi. Mulai dari penentuan konsep, sketsa, digitalisasi, memastikan jumlah budget yang digunakan hingga proses pencetakan katalog.

PEMBAHASAN

Dalam pembahasan karya ini pencipta akan membahas mengenai tahap-tahap atau proses perancangan katalog dari Photobox.id, yaitu:

1. Persiapan Proyek

⁸ Suriyanto Rustan S.Sn, Layout dasar dan penerapannya, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), Hlm .0.

⁹ Jessica Diana dan Rudyant Siswanto Wijaya, Logo Visual Asset Development, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2015, Hlm. 20.

¹⁰ Ibnu Teguh Wibowo, Belajar desain grafis, Buku Pintar, Yogyakarta, 2013, Hlm. 148.

Pada tahap persiapan proyek ini langkah pertama yang pencipta lakukan adalah mencari dan mendapatkan informasi yang berhubungan dengan Photobox.id ini melalui riset dan observasi bertemu dengan pemilik dan klien dari Photobox.id. Langkah ini maksudkan untuk mendapatkan bahan data penting dalam pembuatan karya yang dibuat serta agar data yang didapat sesuai dengan yang diharapkan.

Setelah itu pencipta mencari beberapa buku yang dapat dijadikan sebagai sebuah panduan dalam mendesain katalog cetak pada Photobox.id, selain itu pencipta melakukan konsultasi atau bimbingan dengan dosen pembimbing agar perancangan karya sesuai dan dapat diterima dengan baik

2. Pembuatan Karya

Pada tahap ini pencipta mulai melakukan proses pembuatan katalog cetak, tahap pertama yang dilakukan pencipta adalah mencari data utama dari hasil riset dan observasi. Setelah mendapatkan data utama pencipta masuk kedalam proses sketsa dimana ini berfungsi sebagai langkah pencarian ide, konsep, dan data kedalam sebuah gambar layout.

Setelah melakukan pembuatan sketsa yang akan digunakan sesuai maka pencipta melakukan proses digitalisasi dimana pencipta menggunakan software Adobe Illustrator selain itu sebagai pelengkap dimana nantinya pencipta akan membuat media pendukung yang mempunyai keselarasan dengan katalog Photobox.id.

3. Printing

Setelah melakukan digitalisasi masuk keproses pengecekan . Hasil

produksi yang telah dinyatakan lulus tahap pengecekan akan mengikuti tahap Printing dimana hasil produksi yang berupa digitalisasi akan dicetak. Pencipta menggunakan kertas art carton 260gr untuk cover depan dan cover belakang katalog untuk halaman menggunakan kertas art paper 150gr. Selain itu pencipta menggunakan ukuran 17,5cm x 21cm untuk mencetak katalog.

Pembahasan karya juga meliputi relevansi atau bagian-bagian dengan teori dan kajian yang digunakan beserta konsep kreatif dan teknis yang direncanakan. Berikut pembahasan dari "Perancangan *Layout* Katalog Cetak Photobox.id sebagai Media Promosi"

1. Sketsa *Layout*

Pencipta membuat sketsa layout terlebih dahulu dikarenakan layout langkah awal yang sangat penting untuk menentukan tata letak pada isi informasi beserta ilustrasi agar lebih mudah menyusun untuk tahap selanjutnya.

2. *Corporate Identity*

Pencipta menggunakan *corporate identity*, karena katalog masuk kedalam *corporate communication* dan berfungsi sebagai penanaman citra atau *image* yang bisa menjadikan sebagai alat jual dan promosi. Dan kesan yang ingin disampaikan adalah visualisasi yang modern, maka dari itu pencipta membuat sebuah identitas yang sederhana, rapi dan juga bersih.

3. *Layout*

Layout dibuat simple, rapi dengan pemanfaatan ruang kosong yang cukup dominan.

Layout dibuat demikian sehingga memudahkan calon klien saat melihat katalog Photobox.id. Pada proses ini pencipta harus menyusun elemen layout dengan baik sehingga apa yang ingin disampaikan bisa diterima dengan mudah dibaca dan memberi kenyamanan dalam mencari informasi yang ingin disampaikan dengan adanya layout yang unik dan menarik dapat menjadi pusat perhatian para pembacanya.

4. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan berupa gaya ilustrasi dalam bentuk fotografi karena pencipta penggabungan beberapa foto hingga menjadi sebuah desain ilustrasi dan pencipta

menggunakan untuk memperjelas pesan atau informasi yang disampaikan dan membuat variasi lebih menarik.

5. Warna

Pada penciptaan karya ini, pencipta menggunakan warna karena warna salah satu unsur visual yang sangat berpengaruh untuk pembaca karena warna dapat menciptakan rasa nyaman dan penggunaan atau pemilihan warna yang tepat dapat memberikan kesan yang baik. Pencipta menggunakan warna CMYK dalam katalog yang akan dibuat. Penerapan ini dilakukan untuk menampilkan warna yang baik karena katalog ini akan dalam bentuk cetak. Saat melakukan Brief bersama klien warna yang dipilih adalah warna emas, hitam, dan putih..

KESIMPULAN

Dalam proses penciptaan karya ini tidak dapat dilakukan secara sembarangan dan terlihat asal-asalan karena semua hal ini nantinya akan dipertanggung jawabkan khususnya kita sebagai desainer. Karena banyak sekali aspek-aspek yang harus dipersiapkan dengan matang, seperti proses pengumpulan data atau riset, penentuan konsep ide kreatif dan tahap perancangan desain katalog.

Pada kali ini pencipta membuat media promosi berupa katalog. Pencipta berharap dengan dapat berpartisipasi dalam merancang desain layout katalog Photobox.id dapat memberikan hasil semaksimal mungkin dan berharap calon klien dapat lebih mengenal Photobox.id melalui media promosi.

EVALUASI

Dalam hal ini karya yang pencipta buat memiliki beberapa evaluasi secara menyeluruh, namun pencipta membaginya dalam beberapa bagian yang dirasa sangat berpengaruh dengan karya yang pencipta buat, berikut pembagiannya:

1. Waktu

Dalam penciptaan karya ini pencipta diberikan waktu yang cukup lama untuk melakukan tahapan mulai dari pembentukan konsep, pengumpulan data, proses pembuatan hingga evaluasi. Tak hanya itu pencipta tetap memiliki kendala dalam pembuatan katalog seperti adanya perubahan ide dan konsep serta revisi yang berkaitan dengan desain karya.

2. Peralatan

Pembuatan karya ini dilakukan dengan menggunakan software Adobe Illustrator yang sebelumnya dibuat dengan sketsa layout terlebih

dahulu. Yang menjadi kendala pencipta adalah disaat pencipta sedang mencari referensi melalui browsing menggunakan internet sering mengalami gangguan jaringan yang pada akhirnya sulit mencari sebuah referensi di internet.

3. Biaya

Pada pembuatan karya ini, pencipta harus mengeluarkan biaya yang cukup besar dalam pencetakan katalog. Biaya pada pencetakan katalog terbilang cukup besar dikarenakan jumlah halaman serta kualitas dan pemilihan bahan untuk katalog.

REKOMENDASI DAN SARAN

Rekomendasi dan saran pencipta untuk calon pencipta karya selanjutnya seperti perancangan katalog terutama katalog cetak hal-hal yang harus dilakukan adalah temukan ide dan konsep serta referensi yang akan dibuat sebelum tahap sketsa maupun eksekusi dalam digitalisasi, hal ini akan membantu perancangan katalog pada tahap berikutnya.

Setelah menemukan ide dan konsep serta referensi maka gunakanlah tahap sketsa terlebih dahulu sebelum digitalisasi karena akan mempermudah perkiraan desain dari perancangan layout saat tahap digitalisasi.

Jika sudah melewati dua tahap tersebut, kemudian masuk ke tahap

proses digitalisasi tetapi alangkah baiknya konsultasi kepada pemilik Photobox.id agar disaat proses perancangan karya katalog tersebut tidak mengalami sumber informasi yang sedikit serta membutuhkan bahan data seperti ilustrasi selain itu perancangan karya ini harus memiliki persiapan peralatan yang memadai dikarenakan perancangan katalog ini membutuhkan peralatan yang jangan sampai akan menghambat dalam proses perancangan karya tersebut.

Perancangan karya katalog ini juga membutuhkan waktu yang cukup karena untukantisipasi jika terjadi hal seperti kesulitan menentukan ide dan konsep serta sering mengalami revisi terutama pada bagian konsep desain yang sudah dibuat.

Selain itu perancangan karya katalog ini membutuhkan modal yang cukup untuk biaya mencetak.

1. Dampak Langsung

Dengan adanya katalog ini dapat memberikan informasi yang menarik untuk dibaca dan dilihat oleh calon klien.

2. Dampak Tidak Langsung

Dampak tidak langsung dari katalog ini adalah para pembaca dapat menjadikan contoh atau mempelajari bagaimana desain dari perancangan katalog yang menarik dan mudah untuk dibaca serta dipahami dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.bitebrands.co/2015/03/jenis-jenis-media-promosi-cetak.html>
Ruhimat, A. 2010. Rupiah Meriah dari Bisnis Fotografi. Jakarta: PPM
Afdjani, Hadiono. 2015. *Ilmu Komunikasi proses & strategi*. Tangerang: Indigo Media.

<https://www.scribd.com/doc/18580294>

/Komunikasi-Visual

Anggoro, M. Lingga. 2005. *Teori & Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

<https://kbbi.web.id/katalog>

Rustan, Suroto. 2008. *Layout dasar*

dan penerapannya. Jakarta: PT
Gramedia Pustaka Utama.
Diana, Jessica dan Wijaya, S. Rudyant,
2015. *Logo Visual Asset
Development*. Jakarta: Elex
Media Komputindo

Wibowo, Ibnu Teguh. 2013. *Belajar
desain grafis*. Yogyakarta: Buku
Pintar.