

**PERANCANGAN KATALOG GALERI PENGANTIN
“TITIN DONA” DUMAI**

JURNAL

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

GUSNI WIDIA SARI
NIM. 14027003

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

PERANCANGAN KATALOG GALERI PENGANTIN “TITIN DONA” DUMAI

Gusni widia sari¹, Zubaidah², Jupriani³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa
FBS Universitas Negeri Padang
E-mail: gusniws@gmail.com

ABSTRAK

Galeri pengantin Titin Dona merupakan usaha jasa yang melayani dan membantu calon pengantin dalam persiapan pesta pernikahan maupun tata rias pengantin. Titin Dona menyediakan model busana pengantin dan tata rias yang modern dan tradisional. Informasi tentang Galeri Pengantin Titin Dona belum optimal karena hanya menampilkan gambar produk atau jasa melalui media sosial yaitu facebook dan instagram, untuk itu memerlukan media lain sebagai pendukung yang diperlukan konsumen sehingga dapat meningkatkan promosi dengan katalog.

Metode perancangan katalog yang digunakan yaitu dengan metode *Glass Box*. Melalui metode ini dapat memudahkan desainer dalam proses rancangan. Kemudian melakukan pendekatan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treat*). Metode tersebut digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Titin Dona yang akan membantu dalam perancangan ini.

Orientasi pengembangan ide perancangan ini menghasilkan media utama berupa katalog. Diharapkan dengan adanya media katalog dapat menguatkan daya saing dengan kompetitor yang telah berkembang pada saat ini. Katalog didukung oleh beberapa media yang terdiri dari baju kaos, poster, jam dinding, x-banner, stempel, stiker, kartu nama, nota dan mug yang bertujuan untuk memperkuat penerapan media utama.

Kata kunci: Perancangan, Katalog, Promosi, Galeri Titin Dona

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk Wisuda Periode Desember 2018

²Pembimbing I, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

ABSTRACT

Titin Dona Bridal Gallery is a service business that serves and helps brides a in preparation for weddings and make-up. Titin Dona provides brides fashion models and modern until traditional makeup. Information about Titin Dona bridal Gallery is not optimal because it only displays images of products or services through social media like Facebook and Instagram, for that needed other media as a support to help consumers so that they can increase promotions with catalogs. design method used in this catalog is Glass Box method. Through this method, it can be easy for designers to designing. Then approach the SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Treat). The method is used to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Titin Dona who will useful in this design. The orientation of this idea to making the main media in the form of catalogs. It is expected that the presence of catalog be media can give a strength to compete with competitors that have expanded at this time. Catalogs are supported by several media lika a posters, wall clocks, stamps, stickers, x-banners, business cards, notes, mugs and clothes that aim to strengthen the application of the main media.

Keywords: Design, Catalog, Promotion, Titin Dona Gallery

A. Pendahuluan

Galeri pengantin merupakan tempat atau sarana yang dilakukan oleh sekumpulan orang melakukan tatanan rias untuk calon pengantin. Pada saat ini tata rias menjadi bagian penting didalam suatu acara, salah satunya acara pesta pernikahan. Galeri pengantin juga merupakan sebuah usaha sewa barang dan jasa yang menjanjikan pada saat sekarang ini. Dilihat dari segi budaya, gaya hidup masyarakat sekarang ini selalu ingin tampil beda dari yang lainnya apalagi untuk acara pesta pernikahan, maka dari itu keinginan-keinginan masyarakat yang seperti itu ditampung oleh galeri pengantin yang akan memberikan tampilan yang beda dan luar biasa serta berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk semua konsumen.

Titin Dona adalah salah satu dari beberapa galeri pengantin yang berada di kota Dumai. Titin Dona merupakan usaha jasa tata rias pengantin, disamping itu usaha ini sudah satu paket dengan *wedding organizer*. *Wedding organizer* itu sendiri adalah suatu badan usaha yang khusus melayani dibidang pernikahan, nantinya akan membantu calon pengantin dan keluarga dalam persiapan pesta pernikahan. Titin Dona menyediakan berbagai macam model dekorasi dan busana pengantin seperti kebaya dan busana adat. Adapun busana adat yang disediakan disini yaitu busana adat Minang, Jawa, Sunda, Bugis, Melayu Palembang, Batak, dan Lampung.

Titin Dona sudah berdiri kurang lebih sekitar 11 tahun tepatnya pada tanggal 8 Agustus 2007. Usaha ini didirikan oleh Ibu Titin Dona S.S yang saat ini sudah berusia 36 tahun. Titin Dona memiliki 18 orang karyawan yang sudah berpengalaman dan memiliki keahlian dibidang masing-masing. Galeri pengantin Titin Dona sekarang berada di Jalan Pangeran Hidayat Dumai. Seiring berkembangnya zaman, tentunya Titin Dona juga memberikan berbagai macam model busana maupun tata rias yang bergaya tradisional dan modern, sesuai dengan keinginan konsumen.

Dilihat dari perkembangan zaman, semakin maraknya permintaan dan keinginan konsumen yang berbagai selera membuat usaha galeri pengantin menjadi pilihan yang menarik saat ini. Sejalan dengan perekonomian masyarakat saat ini menyebabkan banyaknya bermunculan usaha yang serupa dengan Titin Dona. Hal ini menyebabkan persaingan ketat dimana usaha jasa tersebut memiliki ciri khas yang berbeda. Oleh karena itu Titin Dona harus memiliki strategi promosi yang tepat untuk menarik konsumen.

Selama ini Titin Dona dipromosikan baru melalui media sosial yaitu *facebook* dan *instagram*. Selain itu Titin Dona juga sudah memiliki beberapa album foto koleksi Titin Dona untuk diperlihatkan langsung kepada *klien* atau konsumen. Namun informasi yang didapat kurang tersampaikan, karena tidak adanya keterangan gambar pada foto yang dicantumkan pada album foto tersebut. Sehingga masih kurangnya sistem informasi pada Titin Dona.

Perkembangan Titin Dona, sebagai galeri pengantin perlu peningkatan promosi melalui media informasi lain, salah satunya menggunakan media cetak. Melalui media cetak bisa menampilkan gaya tata rias berupa foto-foto hasil *make up* yang sudah ada pada Titin Dona. Dengan adanya media cetak tersebut dapat menarik konsumen lebih luas. Karena media cetak bisa diproduksi dan diberikan kepada masyarakat. Sementara selama ini Titin Dona hanya menggunakan media sosial sebagai media promosi.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka Titin Dona merancang Katalog tentang gaya tata rias dan produk berupa foto-foto untuk diperlihatkan terhadap konsumen. Tujuannya supaya memudahkan konsumen dalam memilih gaya tata rias maupun busana pengantin sesuai keinginan kemudian konsumen dapat mengetahui langsung harga yang ditawarkan oleh Titin Dona. Melalui katalog tersebut terdapat berbagai macam gaya *make up* maupun busana pengantin dan *wedding oganzernya*. Katalog merupakan media dalam komunikasi visual yang membuat informasi suatu produk. Menurut Pujiyanto (2013:192) katalog sebagai

iklan layanan masyarakat merupakan kumpulan kertas yang berisi informasi secara detail baik tentang permasalahan, solusi, cara penyelesaian dan dampak yang timbul dengan ukuran sebesar saku, tergantung keperluan. Hal ini dapat dilakukan untuk produk barang dalam jumlah yang banyak. Pada Katalog berisi informasi seputar spesifikasi produk, gambar produk, kelebihan, keunggulan, dan juga daftar harga dari produk secara keseluruhan, sesuai dengan manajemen Titin Dona.

Perancangan katalog galeri pengantin Titin Dona ini dirancang untuk meningkatkan promosi dan menarik masyarakat untuk menggunakan jasa galeri pengantin Titin Dona. Perancangan ini juga bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi yang jelas tentang galeri penganti Titin Dona.

A. Metode Analisis Data

Perancangan sebuah media promosi Katalog menggunakan metode analisis SWOT karena analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Titin Dona yang telah ada dan dari analisis inilah nantinya dapat menjadi data penting dalam melakukan perancangan katalog tentang galeri pengantin Titin Dona.

SWOT menurut Jonnatan Sarwono dan Hary Lubis (2007:18) adalah “Analisis SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (revaluasi) suatu hal yang ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah mengoptimalkan segi negative yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil”.

Dengan menggunakan metode analisis SWOT penulis dapat membandingkan kelebihan dan kekurangan dari Titin Dona dalam merancang katalog tentang galeri pengantin Titin dona.

1. Strength (Kekuatan)

Kekuatan yang ada pada “Titin Dona“ adalah sebagai berikut:

- a. Titin Dona Sudah Operasi kurang lebih 10 tahun
- b. Memiliki karyawan yang sudah berpengalaman dibidang *wedding*
- c. Letak galeri atau kantor yang strategis dekat dengan keramaian
- d. Titi Dona memiliki fasilitas yang lengkap dan berkualitas.
- e. Model riasan tidak norak, simple sesuai dengan selera konsumen dan trendi saat ini.
- f. Dekor panggung yang menarik dan unik, sesuai dengan perkembangan trend.

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan yang ada pada “Titin Dona” adalah sebagai berikut:

- a. Galeri pengantin Titin Dona baru memiliki media promosi melalui media sosial saja, jadi dari segi promosi sangat lemah sehingga Titin Dona belum dikenal secara luas oleh masyarakat.
- b. Belum adanya media cetak sebagai media promosi.

3. Opportunities (Peluang)

Peluang yang dimiliki “Titin Dona” adalah sebagai berikut:

- a. Jangkauan internet tanpa batas yang membuat promosi Titin Dona bisa diakses konsumen dimanapun, sehingga nantinya besar peluang usaha Titin Dona.
- b. Banyak masyarakat yang ingin mengadakan pesta dan pernikahan setiap bulannya.
- c. Harga standar dengan berkualitas yang memuaskan.

4. Threats (Ancaman)

Ancaman yang dimiliki usaha Titin Dona adalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya pesaing usaha dibidang yang sama di kota Dumai.

- b. Pesaing memiliki cara promosi yang setara dalam melakukan jasa yang mereka jalani.

Berdasarkan analisis data di atas bahwa kekuatan dan peluang akan menjadi panduan dalam melakukan perancang promosi jasa Titin Dona melalui media cetak Katalog, karena usaha tersebut sudah memiliki kekuatan dan peluang yang sangat baik untuk kedepannya. Kelemahan dan ancaman yang sudah didapatkan datanya, dengan ini dapat memudahkan dalam perancangan Katalog, penulis dapat menutupi kelemahan yang ada serta dapat mengurangi ancaman yang akan dihadapi Titin Dona melalui perancangan Katalog lainnya.

B. Pembahasan

1. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah katalog. Katalog berfungsi sebagai media promosi galeri pengantin Titin Dona sekaligus sebagai media yang mendokumentasikan jenis atau konsep pelaminan dan tata rias yang ada pada Titin Dona. Katalog diharapkan dapat memudahkan konsumen memperoleh informasi tentang paket pernikahan yang ditawarkan oleh Titin Dona, karena pada katalog ini akan berisi informasi tentang *wedding packages* atau rincian paket-paket pernikahan beserta tampilan foto-foto yang sudah ada sebelumnya.

Katalog galeri pengantin Titin Dona ini dirancang dengan susunan *layout* yang asimetris namun tetap dijaga keseimbangan virtualnya (keseimbangan tak nampak) dan diberikan efek pada gambar sehingga tidak menimbulkan kesan katalog yang monoton, dengan menambahkan efek tersebut dapat menambahkan kesan *layout* katalog yang modern dan mewah. Karakteristik katalog yang akan dirancang adalah sebagai berikut:

Ukuran : A4 (20 cm x 30 cm)

Halaman : 54 halaman, termasuk cover depan dan belakang

Bahan : *Art Paper 150 Gsm*
Warna : *Full colour*
Teknik : *Print out digital*

a. Final Desain



Gambar 1. Final Desain Cover Katalog



Gambar 2. Final Desain Layout Katalog



Gambar 3. Final Desain layout Katalog



Gambar 4. Final Desain layout Katalog



Gambar 5. Final Desain layout Katalog



Gambar 6. Final Desain layout Katalog

2. Media Pendukung
a. Baju Kaos



Gambar 2. Final Desain Baju Kaos

b. Poster



Gambar 3. Final Desain Poster

c. X-banner



Gambar 4. Final Desain X-Banner

d. Jam Dinding



Gambar 5. Final Desain Jam Dinding

e. Stempel



Gambar 6. Final Desain Stempel

f. Stiker



Gambar 7. Final Desain Stiker

g. Kartu Nama



Gambar 8. Final Desain Kartu Nama

h. Nota



Gambar 9. Final Desain Nota

i. Mug



Gambar 10. Final Desain Nota

C. Penutup

1. Kesimpulan

Perancangan Katalog galeri pengantin “Titin Dona” Dumai dilakukan beberapa tahap. Tahapan yang pertama mengumpulkan data-data serta latar belakang berdirinya galeri pengantin Titin dona, mencakup keunggulan, keunikan, kelemahan target *audience* dan segala hal yang berhubungan dengan galeri pengantin Titin Dona. Kemudian dilanjutkan dengan pencairan ide perancangan Katalog dan juga konsultasi bersama dosen pembimbing. Tahap selanjutnya merancang *layout* Katalog Galeri Pengantin “Titin Dona” Dumai melalui proses manual sketsa dan digital pada computer. Proses perancangan katalog menghasilkan beberapa alternatif kemudian dipilih satu desain yang lebih kuat, dan dilanjutkan dengan media-media pendukung. Final desain katalog ini dipilih sesuai dengan karakter dari galeri pengantin Titin Dona tersebut.

2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan perancangan katalog Galeri Pengantin Titin Dona diatas penulis membuat beberapa saran:

1. Perancangan katalog galeri pengantin Titin Dona ini diharapkan dapat digunakan sebagai media promosi bagi galeri pengantin Titin Dona tersebut.
2. Desain katalog ini diharapkan dapat menarik minat serta keinginan konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh galeri pengantin Titin Dona.
3. Bagi penulis melakukan suatu rancangan harus melalui beberapa tahapan, yang paling penting adalah dalam tahap pengumpulan data verbal maupun visual agar dapat mempermudah dalam tahap perancangan.

Daftar Rujukan

- Kholifah, Ella Kharismatun. 2017. *Perancangan Visual Branding Edmika Sari Manten di Semarang Sebagai Sanggar dan Wedding Organizer Tradisional*. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Yudha, O.T. 2017. *Perancangan Katalog Promosi Produk The Happy Shop*. Skripsi tidak diterbitkan, Padang: Fakultas Bahasa dan Seni UNP.