

PERANCANGAN MEDIA KATALOG SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI DAN INFORMASI PADA PT. CITRA SURYA SELARAS

Anita Bawaiqki Wandanaya*¹, Erick Febriyanto², Devi Iswara³

*^{1,2}Dosen Universitas Raharja, ³Program Studi Teknik Informatika Universitas Raharja
E-mail: *¹anita@raharja.info, ²erick@raharja.info, ³devi.iswara@raharja.info

Abstrak

Media promosi dan informasi merupakan media yang sangat berpengaruh serta berperan penting dalam perkembangan pada dunia usaha yang semakin besar dan ketat dalam persaingan. Media komunikasi visual berbentuk desain katalog yang informatif merupakan sebuah cara yang bisa dijadikan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi dan mempromosikan suatu produk perusahaan untuk memudahkan konsumen mencari produk atau jasa yang dibutuhkan. PT. Citra Surya Selaras sangat memerlukan media desain berbentuk katalog yang menginformasikan seluruh produk unggulan yang ditawarkan dengan lebih lengkap dan terperinci agar dapat menarik minat para klien dan konsumen. Oleh karena itu peneliti membuat media desain berbentuk katalog pada PT. Citra Surya Selaras agar informasi produk atau jasa yang dijual lebih mudah diketahui sehingga sistem promosi menjadi lebih kreatif dan efektif, dengan menampilkan berupa gambar-gambar produk yang menarik dan lengkap dengan susunan warna harmonis serta kalimat yang menjelaskan deskripsi dari produk-produk yang ditawarkan., Media katalog ini diharapkan dapat meningkatkan citra/image pada perusahaan. Dalam penelitian menggunakan sebuah metode analisa permasalahan, pengumpulan data, perancangan media dan konsep desain meliputi layout kasar, layout komprehensif, serta final artwork. Untuk menghasilkan desain dengan tampilan yang bagus dan menarik, media desain katalog ini dibuat menggunakan software penunjang desain seperti CorelDRAW X6 dan Adobe Photoshop CS6.

Kata Kunci - Promosi, Informasi, Katalog.

Abstract

Media promotion and information is a media that is very influential and plays an important role in the development of an increasingly large and tighter business world in competition and one of the company's strengths is to face competition by producing quality products or services. In this case the promotional media used by visual communication media in the form of informative catalog design, catalog design is a way to be used as an identification is communicating and promoting products such as companies to facilitate consumers in finding products or services needed through media promotion and information provided by companies. PT. Citra Surya Selaras is in need of catalog design media that informs all superior product offered by the company in a more complete and detailed way to attract clients and consumers. Therefore, researchers created catalog design media at PT. Citra Surya Selaras so that information about products or services sold is more easily known so that the promotion system becomes more creative and affective, by displaying attractive and clear product images with harmonious color setting and complete sentences that describe the product description offered, this method is expected to improve company image, In research using problem analysis methods, data collection, SWOT analysis, media design and design concepts including rough layout, comprehensive layout, and final artwork. To produce a design with a nice and attractive appearance, this catalog design media was created using design support software such as CorelDraw X6 and Adobe Photoshop CS6.

Keywords - Promotion, Information, Catalog.

1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan media merupakan hal yang penting dalam menyampaikan informasi dan promosi, khususnya dibidang media desain komunikasi visual dalam mempromosikan dan menginformasikan oleh suatu instansi maupun lembaga yang bertujuan untuk memudahkan pengenalan suatu produk dan jasa yang diperdagangkan. Oleh karena itu semakin ketatnya persaingan di dalam dunia usaha saat ini memasarkan produknya dengan tawaran kualitas produk yang beragam supaya dapat memenangkan suatu persaingan perusahaan harus berinovasi dalam mencari sebuah strategi baru khususnya dalam bidang promosi untuk mencapai target yang telah ditetapkan, salah satunya yaitu memulai sebuah media promosi.

Pengenalan macam-macam produk yang dipasarkan oleh semua bisnis perusahaan melalui promosi dan informasi, sehingga dapat memudahkan suatu perusahaan dapat dikenal oleh para konsumen. Perusahaan PT. Citra Surya Selaras hanya baru menggunakan media promosi berbentuk brosur. Demikian dengan ini dibutuhkan suatu media promosi dan informasi berbentuk desain katalog yang dapat menggambarkan suatu produk secara lengkap dan terperinci dengan menampilkan berupa gambar-gambar produk yang menarik dan jelas dengan susunan warna harmonis serta kalimat yang lengkap dan menjelaskan deskripsi dari produk-produk yang ditawarkan.

PT. Citra Surya Selaras adalah salah satu perusahaan swasta berlokasi di kota Tangerang yang bergerak dibidang produksi jam dinding berbahan kayu dengan merek *Wellington*, PT. Citra Surya Selaras akan mempromosikan produk-produk unggulannya melalui media cetak seperti katalog supaya menarik minat para klien dan konsumen.

Kurangnya penyampaian promosi dan informasi produk yang luas pada PT. Citra Surya Selaras, banyaknya masyarakat dan konsumen yang belum mengenal hasil produk yang ditawarkan dari perusahaan. Untuk itu dengan adanya media desain katalog memudahkan perusahaan untuk mempromosikan produk yang di tawarkan.

Hal penting dalam menyampaikan informasi dan promosi adalah berisikan secara lengkap dan terperinci. Untuk menjadi daya tarik bagi konsumen dalam melihat hasil produk yang di tawarkan oleh perusahaan, serta dapat membantu kegiatan promosi dan presentasi oleh bagian pemasaran.

Dengan dibuatnya perancangan media desain komunikasi visual berbentuk katalog sebagai media promosi dan informasi pada PT. Citra Surya Selaras ini, diharapkan dapat membantu perusahaan terutama bagian marketing komunikasi untuk mencapai target setiap tahunnya, dari media promosi dan informasi yang akan ditunjukkan kepada konsumen dan sehingga dapat menjadi solusi dalam pemecahan masalah pada PT. Citra Surya Selaras.

2. METODE PENELITIAN

Untuk memperoleh dan melengkapai data-data yang diperlukan dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa metode. Adapun metode yang digunakan sebagai berikut :

1. Metode Analisa Permasalahan

Dalam menentukan topik penelitian ini permasalahan ditentukan berdasarkan hasil analisa melalui *interview* kepada *Stakeholder*. Bahwa bentuk media promosi sebelumnya hanya menggunakan media yang sudah lama belum *up to date* seperti brosur. Sehingga PT. Citra Surya Selaras membutuhkan adanya perancangan desain media katalog dengan informasi yang lebih *update* dan menarik.

2. Metode Analisa Pengumpulan Data

a. Observasi

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan metode observasi pada PT. Citra Surya Selaras yang di butuhkan untuk pengembangan media katalog melalui sebuah pengamatan.

- b. Wawancara (*Interview*)
Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan narasumber yang mempunyai peran penting dalam produksi. Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam meningkatkan perancangan media desain katalog dilakukan wawancara dengan menyajikan daftar pertanyaan.
 - c. Studi Pustaka
Metode studi pustaka adalah materi-materi yang dipergunakan sebagai landasan untuk pencarian data berupa referensi. Dalam studi pustaka terdapat bentuk seperti artikel, buku, serta jurnal penelitian, hal ini data yang di perlukan untuk perancangan media promosi dan penyusunan laporan telah diperoleh melalui studi pustaka suatu jurnal dan buku referensi yang berhubungan dengan pembuatan dan perancangan media promosi.
3. Metode Analisa Perancangan Media dan Konsep Desain
- Metode analisa perancangan media adalah tahapan-tahapan penyelesaian media desain katalog yang dibutuhkan PT. Citra Surya Selaras sebagai media promosi dan informasi,. Maka dari itu aplikasi penunjang yang digunakan, diantaranya : *CorelDRAW X6* dan *Adobe Photoshop CS6*. Dan Konsep desain yang digunakan berisikan perancangan media, perancangan pesan dan perancangan visual yang dibuat melalui tahap *Layout Kasar, Layout Komprehensif dan Final Artwork*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Market Analysis*

Market analisis merupakan hasil perancangan yang maksimal untuk tujuan proses market analisis, data yang sudah didapat akan dianalisis dengan dua bagian adalah sebagai berikut :

a. *Market Positioning*

Market Positioning yang dilakukan oleh PT. Citra Surya Selaras untuk merancang katalog produk kepada klien dan konsumen yang diguakan untuk mempromosikan dan menginformasikan suatu produk tersebut serta meningkatkan daya tarik klien dan konsumen. Dengan adanya media katalog ini dapat mengetahui secara jelas deskripsi produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. PT. Citra Surya Selaras memiliki kualitas produk yang menjanjikan dalam membuat jam dinding berbahan kayu yang sangat eksklusif sehingga tidak perlu diragukan lagi, jangkauan pasar PT. Citra Surya Selaras sudah mencapai hingga internasional.

b. *Kondisi Pesaing*

Sejauh ini PT. Citra Surya Selaras merupakan salah satu perusahaan yang masih mempertahankan pembuatan jam dinding berbahan kayu, ada beberapa pesaing yang merupakan sejenis dalam usahanya, sebagai berikut.

Tabel 1. Kondisi Pesaing

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Kelebihan	Kelemahan
1.	PT. Goldentempo Clock Industri.	Jalan Kampung Prepedan No.68, Kalideres, Kota Jakarta Barat, 11810	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki berbagai jenis bahan produk mulai dari jam promosi berbahan plastik dan jam berbahan kayu. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perusahaan tidak menggunakan media desain visual berebentuk katalog. ▪ Belum mendistribusikan ke berbagai negara.
2.	PT. Mirado Abadi.	Jl. Arjuno No.148B, Sawahan, Surabaya, Kota SBY, Jawa Timur 60251	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menjual Produk jam promoasi yang berkualitas tinggi. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak adanya katalog promosi. ▪ Hanya memiliki satu produk. ▪ Belum mendistribusikan ke berbagai negara.
3.	PT. Pioneer Mitra Perkasa.	Jl Industri Raya Ii Blok I/I Desa Pasir Jaya Kecamatan Jati Uwung, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak hanya menjual produk jam dinding saja melainkan juga jam berbentuk jam tangan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum mendistribusikan ke berbagai negara.

c. *Potential Market*

Perancangan media ini sebagai sarana untuk mempromosikan dan menginformasikan tentang hasil produk dan kualitas produk pada perusahaan. Dalam hal ini menggunakan katalog promosi produk dengan cara memberikan kepada para calon klien dan konsumen supaya dapat mengetahui bagaimana adanya jenis produk, bentuk serta deskripsi dari produk yang ditawarkan tersebut. Pengembangan katalog promosi ini diharapkan dapat mencapai target penjualan produk pada PT. Citra Surya Selaras agar meningkat dari presentase sebelumnya 30% menjadi 40% yang akan mencapai target pemasaran nasional maupun internasional.

d. *Market Segmentation*

- 1) Geografi : Nasional dan Iternasional
- 2) Demografi :
 - a) Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
 - b) Kelas Ekonomi : Perusahaan, Perkantoran dan Pendidikan
 - c) Usia : 25 Tahun Ke Atas

- 3) Sasaran :
 - a) Dewasa
 - b) Orang tua
 - c) Pengusaha
 - d) Masyarakat

- 4) Psikografi :

Para masyarakat luas yang ingin berkunjung dan mengetahui secara jelas produk yang di hasilkan oleh PT. Citra Surya Selras, serta para klien dan konsumen pada setiap *event* pameran.

e. *Market Objective* (Tujuan Pemasaran)

Dalam memberikan informasi yang *up to date* mengenai produk pada PT. Citra Surya Selaras dengan baik dan menarik agar klien dapat mengetahui informasi-informasi produk secara lengkap dan terperinci serta tertarik untuk membeli setelah melihat katalog promosi ini yang di desain secara rapih dan semenarik mungkin. Dengan dibuatnya katalog promosi ini diharapkan dapat meningkatkan perolehan jumlah calon klien dan konsumen.

2. Konfigurasi *Software*

Dalam Perancangan media desain katalog ini menggunakan *software* CorelDraw X6 dan Adobe Photoshop CS6.

3. Tujuan Kreatif

Tujuan Kreatif dari tampilan atau bentuk-bentuk yang bertujuan memberikan gambaran dalam bentuk visual supaya terlihat menarik dalam menyampaikan informasi atau pesan yang efektif sehingga dapat menjadi daya tarik untuk masyarakat, kilen serta konsumen dalam melihat hasil media desain tersebut.

4. Strategi Kreatif

Dalam rancang media informasi ini, yang akan di sampaikan kepada klien, konsumen dan masyarakat di buat untuk sarana promosi desain dengan tampilan produk-produk unggulan dari perusahaan. Media ini menjadi bagian penting oleh para pembisnis maupun pengusaha dalam melancarkan, mengebangkan dan memajukan usahanya. Dalam desain ini menggunakan kata dan kalimat dengan bahasa asing, menampilkan warna yang sesuai dan jelas, menggunakan model atau objek dapat membuat produk yang di tawarkan semakin menarik. Untuk itu lebih teliti dalam menggunakan *font* yang mudah di baca.

5. Penulisan Naskah (*Copy Writing*)

Pada perancangan media promosi dan informasi ini terdapat unsur-unsur komunikasi grafis seperti teks (tulisan), Ilustrasi (foto atau *image*) dan warna. Salah satunya adalah teks yang mempunyai karakter khusus dalam perancangan agar penyampaian pesan dapat dengan mudah di pahami dan tepat sasaran.yaitu Naskah (*Body Copy*). Berikut adalah penjelasan dari masing-masing bagian:

a. Naskah (*Body Copy*)

Naskah adalah kalimat yang menjelaskan secara rinci isi dari pesan dan informasi dalam sebuah media promosi yang ingin disampaikan sebagai arahan pembaca. Secara kreatifitas bentuk naskah bisa di kombinasikan dalam gambar berbagai bentuk.

b. Logo

Dalam sebuah perancangan media promosi dapat dicantumkan identitas seperti logo, karena logo sebagai tanda pengenal atau identitas paten dari perusahaan yang di buat secara sederhana, singkat serta komunikatif.

c. Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebagai unsur grafis yang disajikan mulai dari goresan atau titik sederhana sampai dengan kompleks.

d. *Mandatoris*

Mandatoris pada media promosi adalah berisikan alamat, nomor telepon, sosial media dan lain sebagainya.

6. Pengarahan Visualisasi (*Art Directing*)

Media Desain komunikasi visual yang dirancang agar terlihat menarik dan memiliki karakter tersendiri, maka dalam proses visualisasi harus memperhatikan hal-hal yang akan mempengaruhi kegunaan dari nilai-nilai artistik dalam sebuah media komunikasi visual. Dengan menentukan unsur warna yang di pilih, typografi yang digunakan, tata letak (*layout*) yang di terapkan model penampilan grafis yang sesuai dengan model yang di pilih untuk di tampilkan disetiap rancangan media. Oleh karena itu perlunya menjabrakan visualisasi yang dipilih dan dapat dipergunakan pada media-media rancangan :

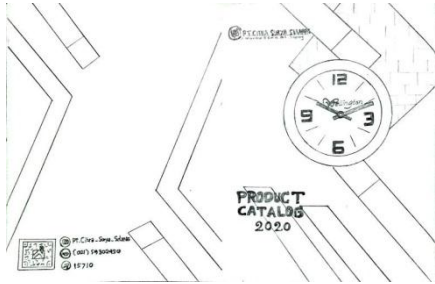
- a) Totalitas warna yang di pilih adalah sebagai berikut :
 - 1) Warna Abu-abu : Melambangkan aman dan fleksibel.
 - 2) Merah : Melambangkan keberanian, kekuatan dan energi juga gairah.
 - 3) Putih : Melambangkan kebebasan dan keterbukaan.
- b) Tipografi yang dipergunakan adalah sebagai berikut *Bahnschrift Ligh Condens*, *News 706 BT*, *Arial* dan *Vivaldi*.
- c) *Layout* merupakan usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dan lain-lain).
- d) Gaya penampilan grafis yang dipergunakan adalah menciptakan kesan modern dan simple namun jelas yang menekankan pada gambar ilustrasi pada media tersebut.
- e) Model yang di pakai terhadap media desain komunikasi visual ini adalah gambar dan foto-foto produk dari perusahaan, serta informasi-informasi sebuah promosi yang di sampaikan.

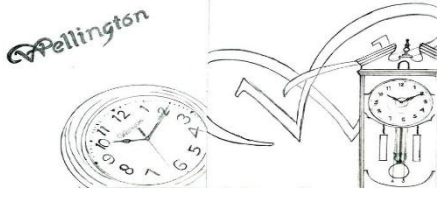
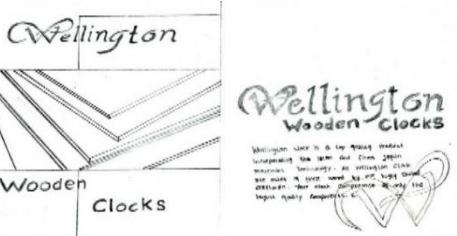
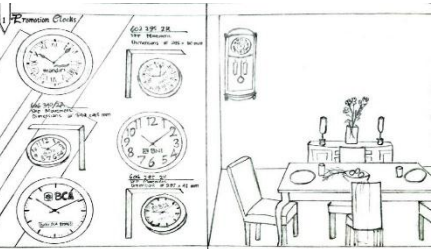
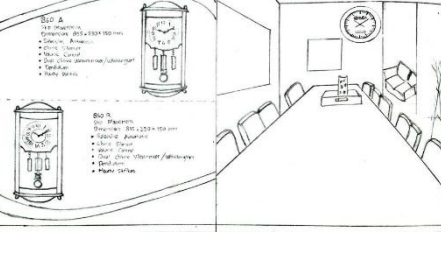
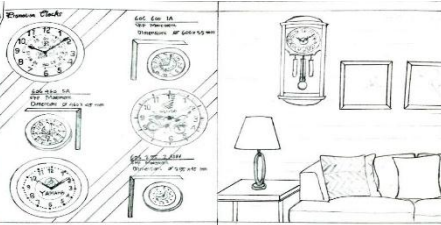
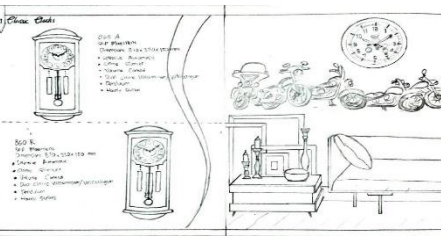
7. Perancangan Desain

a. *Layout Kasar*

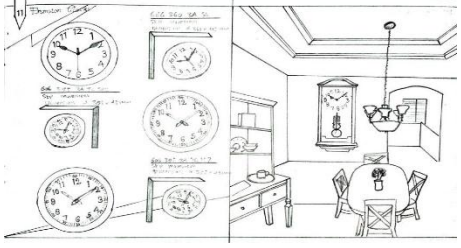
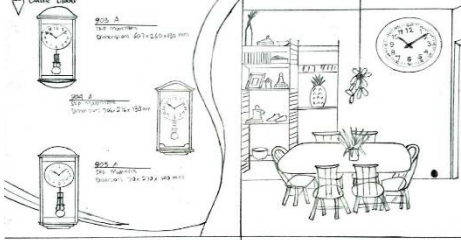
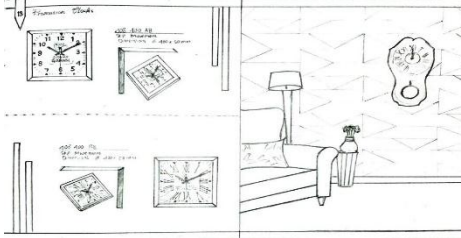
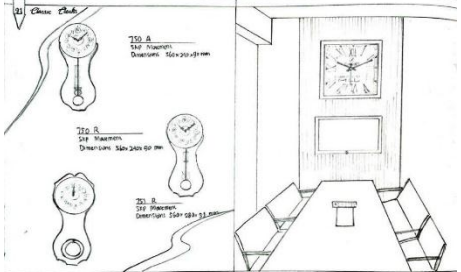
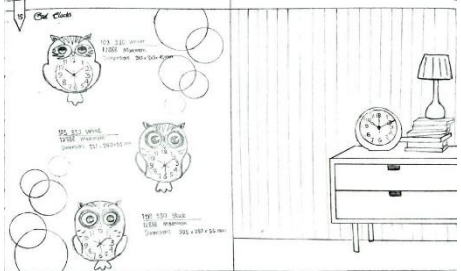
Layout Kasar merupakan penggambaran elemen desain yang nantinya akan dipergunakan dalam perancangan media desain katalog. *Layout Kasar* diperlukan sebagai panduan pada saat diproses desain dengan gambar sketsa menggunakan pensil.

Tabel 2. *Layout Kasar*

No.	Board	Keterangan
1		<p><i>Layout Kasar Cover Depan dan Belakang</i> <i>Ilustrasi Gambar :</i></p> <p>a. <i>Cover</i> depan terdapat tampilan 1 buah jam dinding bermerek <i>wellington</i> berbentuk ring, logo dan identitas perusahaan, serta terdapat judul katalog dan tahun edisi katalog.</p> <p>b. <i>Cover</i> Belakang terdapat media sosial PT. Citra Surya Selaras, nomor telepon, kode pos, dan barcode maps alamat perusahaan.</p>

2		<p>Layout Kasar Cover Dalam Ilustrasi Gambar : Cover dalam terdapat logo merek <i>wellington</i> dan jam dinding berbentuk <i>ring</i> serta jam dinding klasik.</p>
3		<p>Layout Kasar Moto <i>Wellington</i> Ilustrasi Gambar : Terdapat moto <i>wellington</i> menggunakan bahasa asing dan gambar kayu.</p>
4		<p>Layout Kasar Halaman 1 dan 34 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 1 terdapat tiga buah jam dinding promosi berbentuk <i>ring</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b.Halaman 34 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding klasik.</p>
5		<p>Layout Kasar Halaman 2 dan 33 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 2 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding promosi berbentuk <i>ring</i>. b.Halaman 33 terdapat dua buah jam dinding klasik dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran).</p>
6		<p>Layout Kasar Halaman 3 dan 32 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 3 terdapat tiga buah jam dinding promosi berbentuk <i>ring</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b. Halaman 32 terdapat background ruangan dan peletakan jam klasik.</p>
7		<p>Layout Kasar Halaman 4 dan 31 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 4 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding promosi berbentuk <i>ring</i>. b.Halaman 31 terdapat dua buah jam dinding klasik dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran).</p>

<p>8</p>		<p>Layout Kasar Halaman 5 dan 30 Ilustrasi Gambar : a. Halaman 5 terdapat tiga buah jam dinding promosi berbentuk <i>ring</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b. Halaman 30 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding klasik.</p>
<p>9</p>		<p>Layout Kasar Halaman 6 dan 29 Ilustrasi Gambar : a. Halaman 6 terdapat background ruangan dan peletakan jam promosi berbentuk <i>ring</i>. b. Halaman 29 terdapat tiga buah jam dinding klasik dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran).</p>
<p>10</p>		<p>Layout Kasar Halaman 7 dan 28 Ilustrasi Gambar : a. Halaman 7 terdapat tiga buah jam dinding promosi berbentuk ring dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b. Halaman 28 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding klasik.</p>
<p>11</p>		<p>Layout Kasar Halaman 8 dan 27 Ilustrasi Gambar : a. Halaman 8 terdapat background ruangan dan peletakan jam promosi berbentuk <i>ring</i>. b. Halaman 27 terdapat dua buah jam dinding klasik dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran)</p>
<p>12</p>		<p>Layout Kasar Halaman 9 dan 26 Ilustrasi Gambar : a. Halaman 9 terdapat tiga buah jam dinding promosi berbentuk <i>ring</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b. Halaman 26 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding klasik.</p>
<p>13</p>		<p>Layout Kasar Halaman 10 dan 25 Ilustrasi Gambar : a. Halaman 10 terdapat background ruangan dan peletakan jam promosi berbentuk <i>ring</i>. b. Halaman 25 terdapat dua buah jam dinding klasik dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran).</p>

<p>14</p>		<p>Layout Kasar Halaman 11 dan 24 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 11 terdapat tiga buah jam dinding promosi berbentuk <i>ring</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b.Halaman 24 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding klasik.</p>
<p>15</p>		<p>Layout Kasar Halaman 12 dan 23 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 12 terdapat background ruangan dan peletakan jam promosi berbentuk <i>ring</i>. b.Halaman 23 terdapat dua buah jam dinding klasik dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran).</p>
<p>16</p>		<p>Layout Kasar Halaman 13 dan 22 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 13 terdapat dua buah jam dinding promosi berbentuk <i>box</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b.Halaman 22 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding klasik.</p>
<p>17</p>		<p>Layout Kasar Halaman 14 dan 21 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 14 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding promosi berbentuk <i>box</i>. b.Halaman 21 terdapat tiga buah jam dinding klasik dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran).</p>
<p>18</p>		<p>Layout Kasar Halaman 15 dan 20 Ilustrasi Gambar : a.Halaman 15 terdapat tiga buah jam dinding berbentuk <i>owl</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b.Halaman 20 terdapat background ruangan dan peletakan jam <i>table</i>.</p>









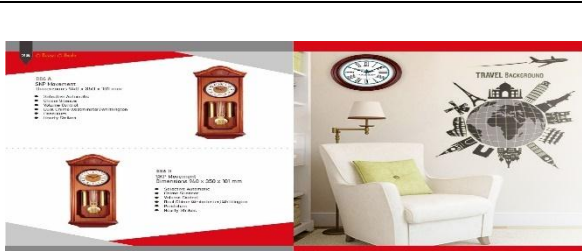
19		<p>Layout Kasar Halaman 16 dan 19 Ilustrasi Gambar :</p> <p>a.Halaman 16 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding berbentuk <i>owl</i>. b.Halaman 19 terdapat dua buah buah jam <i>table</i> berbentuk <i>ring</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran).</p>
20		<p>Layout Kasar Halaman 17 dan 18 Ilustrasi Gambar :</p> <p>a.Halaman 17 terdapat dua buah buah jam dinding berbentuk <i>owl</i> dan juga dilengkapi deskripsi (kode produk, mesin, dan ukuran). b.Halaman 18 terdapat background ruangan dan peletakan jam dinding berbentuk <i>owl</i>.</p>







b. Final Artwork

Final artwork yaitu hasil akhir dari layout komprehensif yang telah diperbaiki, dimana tahap ini merupakan hasil akhir atau finishing yang kemudian dapat digunakan untuk acuan pada saat proses produksi.

Tabel 3. Final Artwork

No	Board	Keterangan
1		Final Artwork Cover Depan dan Belakang
2		Final Artwork Cover Dalam
3		Final Artwork Moto
4		Final Artwork Halaman 1 dan 34

5		Final Artwork Halaman 2 dan 33
6		Final Artwork Halaman 3 dan 32
7		Final Artwork Halaman 4 dan 31
8		Final Artwork Halaman 5 dan 30
9		Final Artwork Halaman 6 dan 29
10		Final Artwork Halaman 7 dan 28
11		Final Artwork Halaman 8 dan 27
12		Final Artwork Halaman 9 dan 26
13		Final Artwork Halaman 10 dan 25

14		Final Artwork Halaman 11 dan 24
15		Final Artwork Halaman 12 dan 23
16		Final Artwork Halaman 13 dan 2
17		Final Artwork Halaman 14 dan 21
18		Final Artwork Halaman 15 dan 20
19		Final Artwork Halaman 16 dan 19
20		Final Artwork Halaman 17 dan 18

LITERATURE REVIEW

Sebelumnya terdapat beberapa kajian literatur mengenai perancangan media katalog. Adapun kajian literatur yang digunakan adalah:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Katerin Maulida dan Joni Dwi Pribadi (2016:5)^[1], **“Pembuatan Katalog Dengan Aplikasi CorelDraw Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Di Wisata Blayu Lesti Lestari Wajak Malang”**. Penelitian ini menjelaskan bahwa katalog Wisata Blayu Lesti Lestari sudah dapat digunakan dan dipublikasikan sebagai media promosi untuk menarik pengunjung melalui mitra kerja, sehingga dapat membantu memaksimalkan kegiatan promosi di objek wisata setempat. Adapun tujuan dari penelitian ini mengenai untuk membuat desain katalog dengan aplikasi Coreldraw sebagai media promosi untuk meningkatkan kunjungan pada Wisata Blayu Lesti Lestari Wajak-Malang. Metode penelitian yang digunakan metode pengumpulan data berupa kuisisioner, observasi, dokumentasi dan metode analisa. Hasil yang dicapai dalam penelitian adalah katalog sudah termasuk dalam kategori sangat efektif untuk dijadikan sebagai media promosi, Dengan begitu katalog sudah dapat di pergunakan oleh perusahaan terobosan terbaru guna meningkatkan kunjungan dalam jangka panjang.
2. Penelitian ini dilakukan oleh Nugraheni Setyani dan Umi Khabibah (2017:439)^[2], **“Aplikasi Adobe Photoshop CS6 Untuk Pembuatan Desain Katalog Sebagai Media Promosi Di CV Kajeye Food Malang”**. Penelitian ini menjelaskan bahwa katalog CV Kajeye Food Malang “Sangat Efektif” dalam skala EPIC Rate serta dikatakan layak digunakan dan dipublikasikan sebagai tambahan media promosi. Adapun tujuan dari penelitian untuk meningkatkan kegiatan promosi di CV Kajeye Food Malang dengan menggunakan media katalog yang di buat menggunakan aplikasi Adobe Photoshop CS6. Metode penelitian yang digunakan observasi, interview, kuesioner dan dokumentasi. Hasil yang dicapai dalam penelitian berdasarkan penyebaran kuesioner yang menggunakan pengukuran efektifitas pengembangan desain yaitu EPIC yang dilakukan kepada beberapa responden yaitu 2 ahli pemasan 2 ahli desain, 1 pemilik perusahaan, 5 calon konsumen.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Putra Uji Deva Satrio (2019:95)^[3], **“Perancangan Katalog Wisata Kota Surabaya Sebagai Media Informasi Massa”**. Penelitian ini menjelaskan kebutuhan desain katalog tempat wisata sebagai media informasi yang ditawarkan kepada masyarakat menggunakan teknik foto desain. Katalog dengan desain menarik, menggunakan berbagai tampilan fotografi dari tempat-tempat wisata tersebut namun tetap menampilkan ciri khas dari tiap tempat wisata yang dituju, alasan memilih katalog karena para konsumen atau masyarakat pada umumnya lebih memilih tertarik dengan gambar atau foto yang disertakan informasi-informasi. Adapun tujuan dari penelitian katalog dapat digunakan oleh pengguna untuk menemukan bahan pustaka yang diinginkannya berdasarkan pengarang, judul, maupun subjeknya. Metode penelitian yang digunakan observasi dan dokumentasi. Hasil yang di capai dalam penelitian Katalog Wisata Kota Surabaya yang memberikan segala informasi tentang segala hal mengenai wisata yang ada di Kota Surabaya. Poster, Brosur dan 5 karya fotografi media Katalog Wisata Kota Surabaya Sebagai media informasi massa.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Munawir Hasan dan Indra Baso Wijaya (2018:55)^[4], **“Perancangan Katalog Kuliner Khas Kota Makassar”**. Penelitian ini menjelaskan membuat suatu media promosi kuliner khas kota makassar guna untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas terutama wisatawan dalam bentuk katalog. Adapun tujuan dari penelitian untuk membuat suatu media informasi mengenai kuliner khas kota makassar. Metode penelitian yang digunakan data primer dan sekunder berupa observasi dan wawancara ke toko-toko kuliner. Hasil yang di capai dalam penelitian diharapkan dapat memberikan informasi serta semangat kepada mereka yang sedang mencari tempat kuliner yang ada di kota makassar.
5. Penelitian ini dilakukan oleh Wahyu Hidayat, Andriyansyah, dan Reni Wulandari (2018:44)^[5], **“Rancang Bangun Media Desain Katalog Penunjang Informasi dan**

Promosi Pada PT Global Bangun Mandiri". Penelitian ini menjelaskan desain katalog adalah sebuah cara suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenalan dalam komunikasi yang baik dan dalam lingkup intern perusahaan maupun dengan kolega, mitra usaha, ataupun pihak-pihak terkait lainnya. Adapun tujuan dari penelitian sebagai salah satu sarana media informasi untuk mempromosikan produk perusahaan terhadap konsumen atau relasi bisnis khususnya perusahaan-perusahaan yang memerlukan produk properti dari PT. Global Bangun Mandiri. Metode penelitian yang digunakan analisa permasalahan, pengumpulan data, metode wawancara, metode analisa perancangan, metode konsep desain. Hasil yang dicapai dalam penelitian diharapkan dapat menyampaikan pesan informasi dan promosi yang efektif dibuat dengan layout menarik dengan tampilan yang lebih visual dan mudah dimengerti.

4. KESIMPULAN

Setelah melakukannya penelitan pada PT. Citra Surya Selaras Kota Tangerang dan analisa pemasalahan dengan kebutuhan sebuah promosi dan informasi produk yaitu perancangan media desain katalog. Berikut yang dapat di simpulkan antara lain :

1. Dengan membuat perancangan media dalam bentuk desain katalog yang kreatif dan efektif untuk meningkatkan promosi dan informasi pada jasa atau produk yang ditawarkan oleh PT. Citra Surya Selaras Kota Tangerang.
2. Untuk merancang media desain katalog yang kreatif agar terlihat menarik desain dibuat dengan layout, warna yang jelas dan *simple*, gambar dan teks yang berisi informasi keunggulan dan produk pada PT. Citra Surya Selaras Kota Tangerang.
3. Melalui desain katalog ini diharapkan dapat meningkatkan target pemasaran serta meningkatkan jumlah konsumen setiap tahunnya.

5. SARAN

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan dan disimpulkan, adapun beberapa saran yang dapat diberikan penulis sebagai acuan untuk melakukan pengembangan penelitian. Berikut adalah beberapa saran dari penulis yaitu :

1. Media desain komunikasi visual berbentuk katalog ini dapat dikembangkan menjadi katalog berbentuk digital sebagai media promosi dan informasi guna untuk menambah daya tarik pelanggan, klien dan konsumen dalam jangkauan wilayah pemasaran yang lebih luas baik dalam negeri maupun luar negeri sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Dalam mempromosikan berbagai kegiatan desain katalog ini dapat di bawa seperti halnya presentasi internal, dibagikan pada saat *press conference*, *event* pameran, dibagikan kepada distributor dan klien, serta instansi kerja sama terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Maulida, Katerin. dan Joni Dwi Pribadi. 2016. **Pembuatan Katalog Dengan Aplikasi CorelDraw Sebagai Media promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Di Wisata Blayu Lesti Lestari Wajak Malang**. Malang : Administrasi Niaga, Polieknik Negeri Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis. ISSN : 2407-3741. Vol. 2, No. 1 : 5.
- [2] Setyani, Nugraheni. dan Umi Khabibah. 2017. **Aplikasi Adobe Photoshop CS6 Untuk Pembuatan Desain Katalog sebagai Media Promosi Di CV Kajeye Food Malang**. Malang : Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis. ISSN : 2407-3741. Vol. 3, No. 2 : 439.
- [3] Satrio, Putra Uji Deva. 2019. **Perancangan Wisata Kota Surabaya Sebagai Media Informasi Massa**. Jawa Timur : Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo. Jurnal GESTALT. ISSN : 2685-0311. Vol. 1, No. 1 : 95.
- [4] Hasan, Munawir. dan Indra Baso Wijaya. 2018. **Perancangan Katalog Kuliner Khas Kota Makassar**. Makassar : Universitas Negeri Makassar. Jurnal TANRA Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain. ISSN : 2407-6066. Vol. 5, No. 2 : 55.
- [5] Hidayat, Wahyu, dan Reni Wulandari. 2018. **Rancang Bangun Media Desain Katalog Penunjang Informasi dan Promosi PT Global Bangun Mandiri**. Tangerang : STMIK Raharja. CERITA Journal. ISSN : 2461-1214. Vol. 4, No. 1 : 44.