



Perancangan dan Penyusunan Desain Buku Katalog *Woopy Clothing*

Yurika Efrilia^{1*}, Rinanda Purba²

Fakultas Seni Dan Desain, Universitas Potensi Utama

Corresponding Author : Yurika Efrilia Yurikaefrilia11@gmail.com

ARTICLE INFO

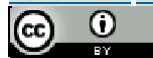
Kata Kunci: Katalog, Desain Buku Katalog

Received : 03 October

Revised : 14 October

Accepted: 26 October

©2022 Efrilia, Purba: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Katalog produk merupakan salah satu alat yang digunakan sebagai alat publikasi guna mempromosikan barang dagangan atau produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Melalui katalog produk, perusahaan dapat menyampaikan secara rinci setiap produk atau jasa yang disediakan atau dijual oleh perusahaan secara langsung kepada para pelanggan. Katalog produk layaknya sebuah media informasi dari perusahaan yang berisikan koleksi serta daftar produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

PENDAHULUAN

Promosi Promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan *omzet* penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen.

Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya.

Katalog produk merupakan salah satu alat yang digunakan sebagai alat publikasi guna mempromosikan barang dagangan atau produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Melalui katalog produk, perusahaan dapat menyampaikan secara rinci setiap produk atau jasa yang disediakan atau dijual oleh perusahaan secara langsung kepada para pelanggan. Katalog produk layaknya sebuah media informasi dari perusahaan yang berisikan koleksi serta daftar produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Katalog produk dikenal praktis dalam menyampaikan semua jenis informasi karena pada umumnya katalog juga bisa dikatakan sebagai alat presentasi dari fitur-fitur pada perusahaan. Didalam katalog produk juga terdapat tentang bagaimana hubungan perusahaan dengan pelanggan, profil perusahaan, dan yang paling penting ialah menjelaskan kualitas dari suatu produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Tidak hanya itu, didalam katalog produk juga berisikan data-data perusahaan yang diperlukan diantaranya seperti nomor telepon, informasi alamat perusahaan, email, website, cabang perusahaan (jika-ada), jam buka operasional, bagaimana metode pemesanan, dan metode pembayaran.

TUJUAN PUSTAKA

Menurut Sistaningrum (2002:98) “Promosi ialah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang”.

Dalam media promosi dibutuhkan media tepat yaitu, Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut, dilanjutkan dengan media promosi konvensional berupa: brosur, poster, katalog, pamflet, booklet, spanduk, billboard, banner, flyer, reklame, kartu nama, iklan TV, radio, media cetak (koran/ majalah) dan sebagainya. Salah satu hal yang berpengaruh dalam media promosi media cetak adalah layout. Layout yang baik dapat memudahkan konsumen pada saat mereka memilih barang yang diinginkan, dan informasi yang ingin kita sampaikan melalui media promosi yang dapat diterima oleh konsumen dengan baik. Ada berbagai macam media promosi yang dapat digunakan salah satunya adalah katalog. Katalog dapat dikatakan juga merupakan sebuah media informasi yang berisi tentang daftar

koleksi produk suatu perusahaan yang disusun secara sistematis sehingga mempermudah konsumen untuk mengetahui produk yang akan mereka gunakan.

METODE PENELITIAN

Pada studi ini, dilakukan metode penelitian kualitatif untuk mencari dan mengumpulkan data dan informasi yang terkait. Adapun metode yang dilakukan yaitu, pengumpulan data dan analisis SWOT.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diambil adalah dengan melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha untuk mengetahui konsep rancangan yang cocok untuk desain katalog.

Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities dan Threat*)

Streght atau kekuatan pada desain buku katalog adalah menggunakan aplikasi atau software adobe ilustrator.

Weakness atau kelemahan pada desain ini adalah perubahan warna dan informasi katalog pada woopy clothing.

Oppurtunities atau peluang pada desain buku katalog ini sangat baik untuk mempromosikan barang-barang produksi yang ada pada perusahaan.

Threats atau tantangan yang dihadapi oleh designer adalah waktu dan ide-ide desain buku katalog yang semakin unik dan keren dikalangan para designer handal.

Konsep Perancangan

Dalam pembuatan katalog Woopy Clothing, disini penulis menanyakan informasi apa saja yang akan disampaikan kepada target. Selain mempromosikan Woopy Clothing, pihak perusahaan juga membuat harga spesial bagi yang sering menggunakan produk dari Woopy Clothing. Tercantum pula harga produk, kualitas produk dan bahan yang digunakan produk tertera pada katalog.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alternatif desain

Langkah pertama adalah membuka *software Adobe Illustrator* dan mengatur lembar lembar kertas menjadi ukuran A5.

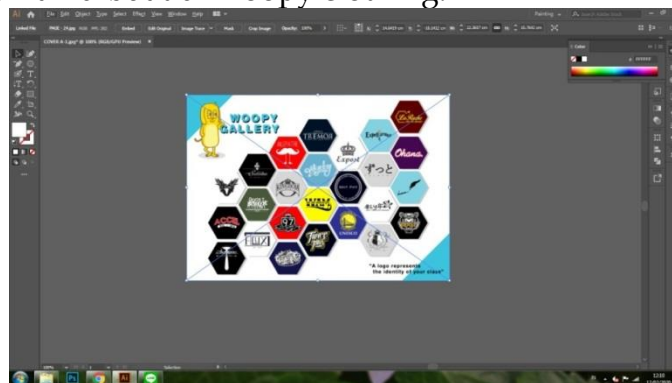
Setelah menentukan ukuran kertas selanjutnya membuat konsep cover katalog.

1. Langkah selanjutnya membuat cover depan untuk buku katalog, terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 1. Cover Depan
(Sumber : Yurika Efrilia)

2. Kemudian membuat halaman kedua bagian dari desain-desain logo yang pernah dibuat di woopy clothing.



Gambar 2. Logo
(Sumber : Yurika Efrilia)

3. Selanjutnya membuat profil mengenai woopy clothing



Gambar 3. Profil Woopy Clothing
(Sumber : Yurika Efrilia)

4. Kemudian membuat salah satu contoh desain seragam dari salah satu universitas yang ada di medan.



Gambar 4. Univesitas Prima Indonesia
(Sumber : Yurika Efrilia)

5. Menampilkan hasil baju yang dibuat dan di desain



Gambar 5. Hasil Baju
(Sumber : Yurika Efrilia)

6. Menjabarkan Price List harga baju yang ada pada woopy clothing



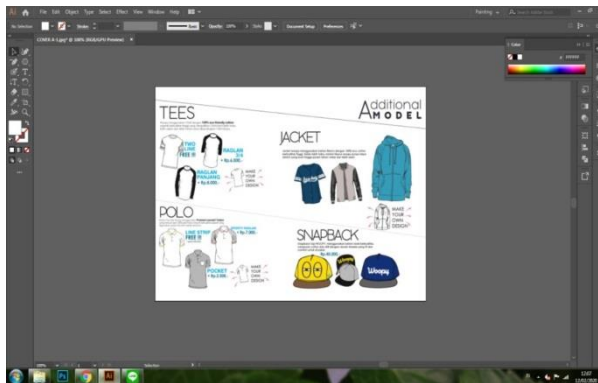
Gambar 6. Daftar Pricelist
(Sumber : Yurika Efrilia)

7. Selanjutnya menjabarkan kualitas produk yang dipasarkan



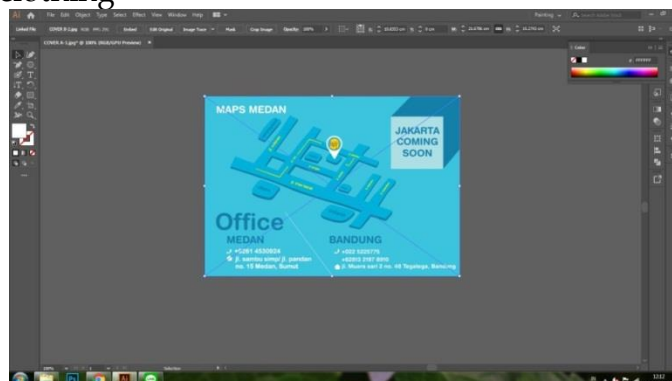
Gambar 7. Contoh Hasil Baju
(Sumber : Yurika Efrilia)

8. Kemudian mendetailkan berbagai macam produk katalog yang akan dibeli konsumen



Gambar 8. Hasil Produk
(Sumber : Yurika Efrilia)

9. Terakhir membuat logo cover penutup halaman belakang pada katalog woopy clothing



Gambar 9. Cover Belakang
(Sumber : Yurika Efrilia)

Pasca Produksi

Dalam proses pasca produksi, katalog akan dicetak dengan bahan kertas *art paper*, ukuran A5, terlampir dua desain dalam satu kertas (timbang-balik).

Katalog tersebut akan disebarluaskan kepada masyarakat serta instalasi terkait sehingga dapat menambah minat para konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di CV. Woopy Clothing, penulis juga mengulas promosi dan Perancangan katalog pada CV. Woopy Clothing. Maka dari itu penulis dapat menarik beberapa kesimpulan mengenai promosi yang berjalan diperusahaan tersebut. Adapun kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Media promosi yang digunakan belum efektif dilaksanakan.
2. Laporan data penyusunan katalog dan media promosi yang dibuat oleh perusahaan secara manual belum efektif, efisien dan akurat.
3. Dengan adanya perancangan katalog dan media promosi proses pembuatan laporan menjadi lebih efektif dan efisien karena menyimpan datanya sudah dalam media cetak berupa katalog.
4. Media promosi sangat penting dilakukan agar meningkatkan rasa ingin tahu konsumen terhadap barang atau produk yang akan dibelinya.

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan kepada pihak CV. Woopy Clothing untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada antara lain :

1. Dalam memasarkan suatu produk yang berupa baju sebaiknya dengan memanfaatkan berbagai media promosi, salah satunya yaitu media cetak yang sangat berfungsi untuk memperkenalkan kualitas suatu produk.
2. Untuk mempermudah dalam Perancangan dan penyusunan katalog disarankan agar CV. Woopy Clothing mempromosikan hasil produk mereka dengan berbagai media promosi, tidak hanya media cetak, dapat di promosikan dengan media lainnya berupa iklan, spanduk dan lain sebagainya.

PENELITIAN LANJUTAN

Melalui katalog produk, perusahaan dapat menyampaikan secara rinci setiap produk atau jasa yang disediakan atau dijual oleh perusahaan secara langsung kepada para pelanggan. Oleh sebab itu peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya dapat menemukan ide baru yang menginovasi katalog produk lebih menarik dan lebih terperinci lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak dosen kampus di Universitas Potensi Utama yang telah membantu dan mendukung untuk menyelesaikan Desain buku katalog dengan baik dan lancar. Sehingga untuk kedepannya desain ini dapat dipakai untuk mempromosikan produk dari woopy clothing secara luas kepada masyarakat khususnya Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Jogianto, Hartono, 2005, *Perancangan Media Katalog*, Peberbit Andi Yogyakarta.

Kadir, Abdul, (2003). *"Pengenalan Desain Komunikasi Visual"*. Edisi Kesatu Andi : Yogyakarta.

Tabri D. Moh Yuzir, 1998, *Seni dan Desain*, Andi Yogyakarta.

Universitas Potensi Utama. (2015). *"Panduan Penulisan Laporan Ilmiah Untuk Diploma (D3) Dan Strata Satu (S1)"* Universitas Potensi Utama, Medan