



Volume 2, Nomor 1
Mei 2023
(12-18)

E-Catalogue Brand “Minor Moral”

Muhammad Fathan Ar Reza¹, Budiwirman²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang, Padang.

e-mail : fathanarreza@gmail.com , budiwirman1959@fbs.unp.ac.id

ABSTRAK

Perancangan ini ditujukan untuk menghasilkan sebuah media alternatif yang akan mempermudah calon *customer* Minor Moral untuk mengetahui produk apa saja yang dijual oleh Minor Moral. Masalah yang diidentifikasi adalah banyaknya calon *customer* yang belum mengetahui tentang Minor Moral dan apa saja produk yang dijual oleh Minor Moral. Untuk menemukan jalan keluar dari permasalahan tersebut, digunakan metode *glass box* yang memiliki beberapa tahapan, yaitu Tahapan Persiapan, Inkubasi, Iluminasi, Verifikasi. Metode ini diawali dengan melakukan menyiapkan segala perangkat dan keperluan untuk melakukan desain untuk, kemudian mempersiapkan diri untuk mengolah segala macam referensi ide yang akan digunakan dalam pembuatan *E-Catalogue*, dan hasil perancangan yang sudah final disebarakan melalui beberapa platform digital atau *print out*. Perancangan ini menghasilkan sebuah output yaitu media *E-Catalogue* sebagai media untuk memberikan informasi terkait produk apa saja yang ditawarkan. Diharapkan dengan adanya perancangan *E-Catalogue* ini bisa membantu meningkatkan penjualan Minor Moral serta meningkatkan *brand awareness* masyarakat khususnya kota Pekanbaru terhadap produk lokal seperti Minor Moral.

Kata kunci: *E-Catalogue, Glass Box, Minor Moral, Promosi, Produk*

ABSTRACT

Minor Moral is a brand engaged in the clothing line located in the city of Pekanbaru. This design is intended to produce an alternative media that will make it easier for potential Minor Moral customers to find out what products Minor Moral sells. The problem identified is the large number of prospective customers who do not know about Minor Moral and what products Minor Moral sells. To find a way out of this problem, the glass box method is used which has several stages, namely the Stages of Preparation, Incubation, Illumination, Verification. This method begins with preparing all the tools and requirements to design for, then preparing yourself to process all kinds of reference ideas that will be used in making the E-Catalogue, and the final design results are distributed via several digital platforms or print outs. This design produces an output, namely ECatalogue media as a medium to provide information regarding what products are offered. It is hoped that with the design of this E-Catalogue it can help increase sales of Minor Moral and increase brand awareness of the people, especially the city of Pekanbaru, towards local products such as Minor Moral.

Keyword: *E-Catalogue, Glassbox, Minor Moral, Promotion, Product*

PENDAHULUAN

Minor Moral adalah nama *brand clothing line* lokal yang merupakan asli Indonesia berproduksi di kota Pekanbaru. Awal mula nama Minor Moral tercipta dari keinginan Rendy (*owner*) untuk membantu teman-teman tongkrongannya dalam memenuhi kebutuhan *outfit* atau pakaian yang kebanyakan *culture* nya merupakan anak *skateboard*. Dengan niat untuk membantu teman-teman tongkrongannya tersebut Rendy memutuskan untuk membuat sebuah *brand clothing line* yang memfokuskan ke arah *skatewear* karena kebanyakan teman-teman tongkrongannya merupakan *skateboarder*.

Nama Minor Moral sendiri terbentuk karena inisiatif dari Rendy (*owner*) yang secara spontan menyebut temannya memiliki moral yang minus saat menasehati teman tongkrongannya yang sering berkata kasar, dari perkataan spontan itulah akhirnya Rendy (*owner*) memutuskan untuk menjadikan Minor Moral sebagai nama dari *brandnya*. Awalnya Minor Moral memiliki konsep lebih ke *skatewear* atau dikhususkan untuk kalangan *skateboarder*. Tetapi lama kelamaan banyak dari kalangan anak muda yang bukan *skateboarder* juga mulai menyukai *brand* Minor Moral dan pada akhirnya konsep Minor Moral pun berubah perlahan yang awalnya *skatewear* sekarang berubah menjadi *streetwear*.

Berdasarkan observasi awal wawancara dengan salah satu pemain *skateboard* yaitu Rendy Triyogo pada 5 Oktober 2022 pukul 15.00 WIB outlet Warn Host di kota Pekanbaru yang juga merupakan *owner* dari Minor Moral dijelaskan bahwa Minor Moral identik dengan aktivitas *skateboard* dikarenakan awalnya *brand* ini memang dikhususkan untuk para *skateboarder*. Minor Moral memiliki arti moral yang minus atau kurang tetapi bukan berarti *campaign* yang digunakan nya juga mengajak para konsumennya untuk memiliki moral yang kurang juga, malahan *campaign* Minor Moral mengajak para konsumennya agar memiliki moral yang bagus dan dapat menjadi contoh yang baik bagi sesamanya. Inilah yang membedakan Minor Moral dengan *brand clothing line* lainnya.

Dengan mengikuti perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini serta upaya untuk meningkatkan daya tarik dari produk tersebut, maka dari itu timbul sebuah ide untuk membuat *E-Catalogue* yang menarik menjadi sarana promosi dan informasi, karena media promosi membutuhkan daya tarik yang akan mudah diingati oleh konsumen. Promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi

keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli [1].

E-Catalogue sendiri memiliki kemiripan dengan katalog. Katalog adalah carik kartu, daftar atau buku yang memuat nama benda atau informasi tertentu yang ingin diberitahukan yang disusun secara berurutan, teratur dan alfabetis, daftar barang-barang yang dilengkapi dengan nama, harga, mutu, dan cara pemesanannya, kartu yang membantu pencarian buku-buku di perpustakaan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002). Bedanya hanya ada pada medianya yang digunakan. Katalog sendiri biasanya berbentuk media cetak sedangkan *E-Catalogue* berbentuk media digital [2].

Definisi *E-Catalog* adalah umumnya digunakan oleh organisasi individu atau untuk menyajikan barang-barang yang tersedia untuk dijual secara lebih tepat waktu dan efektif dari pada menggunakan katalog fisik atau istilah agent, alternative digunakan untuk *E-Catalogue* etalase konsep seni, *web toko*, *web katalog*, dan katalog internet [3].

E-Catalogue yang dirancang akan dilayout semenarik mungkin sehingga bisa menarik minat calon konsumen untuk membeli produk dari Minor Moral. Dalam membuat *layout*, desainer harus memastikan bahwa penataan tersebut dapat mencapai tujuannya, dapat menyampaikan informasi dengan baik, serta dapat menarik perhatian orang untuk membacanya [4].

Yang paling berperan penting dalam merancang *E-Catalogue* ini adalah foto yang digunakan. Fotografi memiliki tingkat representasi yang tinggi sehingga tepat apabila digunakan untuk kebutuhan iklan atau komersil. Maka hasil dari foto yang digunakan harus dapat mengkomunikasikan pesan, mudah dipahami, sesuai target sasaran, dan mampu mendorong seseorang untuk membeli produk, dll [5].

Dan salah satu yang mempengaruhi berhasilnya suatu hasil desain adalah tipografi yang digunakan. Sebuah karya Desain Komunikasi Visual dapat berhasil tergantung pada pemakaian unsur tipografi [6].

Tipografi merupakan sebuah faktor yang akan mendukung suatu desain itu bisa terbilang bagus atau tidaknya karena menurut Tipografi adalah salah satu bahasa dalam desain grafis yang tidak berdiri sendiri secara eksklusif, ia sangat erat terkait dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi dan lainnya [7].

Karena itulah semua unsur dalam desain menjadi faktor yang sangat penting yang akan mempengaruhi berhasil atau tidaknya sebuah desain dan juga pastinya nanti akan mempengaruhi hasil rancangan *E-Catalogue brand* Minor Moral ini.

METODE PENELITIAN

A. Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk merancang *E-Catalogue* Minor Moral sesuai dengan bidang Desain Komunikasi Visual, adalah metode Kotak Kaca (*glass box*) sehingga dapat menjadi dasar dan sumber dalam penyusunan laporan. Metode kotak kaca (*glass box method*) adalah metode berpikir rasional yang secara obyektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional (irasional), misalnya sentimen dan selera. Metode ini selalu berusaha untuk menemukan fakta-fakta dan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menemukan alternatif solusi atas masalah-masalah yang timbul. Ciri utama metode *glass box* adalah :

1. Sasaran
Sasaran serta strategi desain telah ditetapkan secara pasti dan jelas sebelum analisa dilaksanakan.
2. Analisis
Analisis desain dilaksanakan secara tuntas sebelum solusi atau keputusan yang diinginkan dan ditetapkan.
3. Evaluasi
Evaluasi bersifat deskriptif dan dapat dijelaskan secara logis.
4. Strategi
Strategi perancangan ditetapkan terlebih dahulu sebelum proses analisis, biasanya dalam susunan *sekuensial*, walaupun ada kalanya dalam bentuk proses *paralel*, meliputi komponen atau bagian persoalan yang dapat di pilah. Adapun langkah-langkah dan penerapan metode *glass box* (kotak kaca) terhadap perancangan *E-Catalogue* Minor Moral.

a. Tahapan Persiapan

Merupakan tahapan paling awal yang merupakan tahapan bagi desainer untuk menyiapkan perangkat dan segala keperluan untuk proses desain. Tahapan ini sangat penting sebab dari sinilah arah proses desain ditentukan. Pada tahap ini berisi tentang kondisi awal latar belakang permasalahan sebagai pencetus desain, tujuan desain sebagai *goal* (*objectives*) desain, permasalahan desain dan tema desain sebagai pilihan kedalaman pembahasan desain, kecenderungan desain sebagai sudut pandang penyelesaian masalah yang terdapat pada *brand* Minor Moral.

b. Tahapan Inkubasi

Tahapan mempersiapkan diri untuk menjadi sangat segar, tenang, dan peka

untuk mengolah segala macam pengetahuan dalam alam bawah sadar sehingga memungkinkan untuk melahirkan ide-ide. Segala referensi ide nantinya dikumpulkan untuk kebutuhan perancangan *E-Catalogue*.

c. Tahapan Iluminasi

Tahapan dimana ide diharapkan bisa lahir sebagai efek dari pelaksanaan tahap persiapan dan tahap inkubasi yang sangat tertib. Tahap iluminasi berujung pada sketsa ide untuk perancangan *E-Catalogue*. Dimulainya tahap awal perancangan katalog dalam bentuk hasil pemotretan produk dari brand Minor Moral untuk bahan digital yang akan digunakan sebagai kebutuhan untuk merancang *E-Catalogue*.

d. Tahapan Verifikasi

Tahapan dimana semua proses desain mengalami proses pengembangan ide dan *finishing* dari final desain serta semua proses ditinjau ulang kembali dengan metode evaluasi sesuai dengan permasalahan dan pemecahan masalahnya. Dan ditentukan sebuah desain yang akan menjadi jalan keluar dari permasalahan tersebut.

Penjelasan teori di atas dapat disimpulkan bahwa metode pendekatan *glass box* dimaksudkan untuk merancang *E-Catalogue* Minor Moral.

B. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data perancangan *E-Catalogue* Minor Moral ini, penulis menggunakan buku dan internet sebagai media informasi dan sarana pengumpulan data. Selain itu untuk memperoleh data yang lebih jelas, dilakukan wawancara dengan Rendy Triyogo selaku *Owner* dari Minor Moral.

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan dalam mendapatkan data primer, yaitu (a) Metode Observasi, (b) Metode Wawancara, (c) Dokumentasi.

a. Observasi

Observasi yaitu suatu cara pengumpulan data berupa gambar, foto, video, tentang produk Minor Moral dengan melakukan kunjungan langsung ke tempat

owner dari Minor Moral yang dilakukan pada tanggal 5 Oktober 2022, untuk mendapatkan data- data yang akurat.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Rendy Triyogo selaku Owner dari Minor Moral, pada tanggal 5 Oktober 2022 pukul. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data-data mengenai omset, sejarah Minor Moral, data mengenai brand dan data-data lainnya yang diperlukan untuk merancang *E-Catalogue*. Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi dengan sumber data, komunikasi dilakukan dengan dialog tanya jawab secara lisan, baik langsung atau tidak. Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi dengan sumber data, komunikasi dilakukan dengan dialog tanya jawab secara lisan, baik langsung atau tidak.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang diperlukan yaitu untuk pengumpulan data di lapangan, pengolahan dan penyampaian data sebagai bukti-bukti seperti video, foto, tulisan, dan bahan referensi sebagai acuan dalam merancang *E-Catalogue*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (*data dokumenter*) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu pengumpulan data dengan melihat langsung sumber-sumber dokumen pendukung yang terkait dengan perancangan katalog. Dengan kata lain bahwa dokumentasi sebagai pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik. Digunakan sebagai media pendukung kelengkapan data.

b. Penelitian Pustaka

Penelitian pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang

berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Media Utama

Media utama yang dihasilkan dalam perancangan ini adalah *E-Catalogue* dari Minor Moral dalam bentuk *E-Catalogue online*. Media utama ini berukuran 3508 px x 2480px, terdiri dari cover, isi penjelasan brand, produk-produk dari brand, dan cover penutup. Dengan tujuan agar konsumen bisa dengan mudah mengetahui produk-produk yang terdapat dalam brand Minor Moral. Minor Moral mengeluarkan produk pada edisi artikel ini berupa *T-Shirt* dan *Topi*, dengan tema *Arround* dengan makna "Sadari Sekitarmu". Berikut merupakan final desain *E-Catalogue* dari Minor Moral :



Gambar 1. Final desain media utama

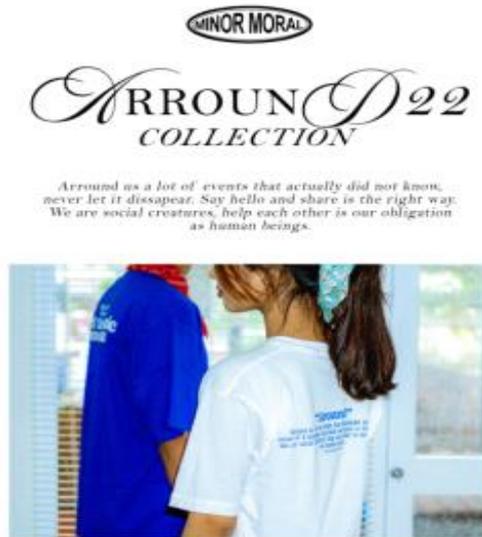
2. Media Pendukung

Media pendukung dirancang dengan tujuan untuk mendukung media utama agar menarik perhatian target audience untuk menggunakan media utama tersebut. Media pendukung perancangan *E-Catalogue* Minor Moral ini berjumlah 6 media yang visualnya diambil dari elemen-elemen visual yang digunakan pada media utama.

a) Poster

Poster merupakan suatu media publikasi yang memadukan berbagai elemen visual seperti teks dan gambar dengan tujuan untuk menyampaikan informasi. Poster biasanya banyak dijumpai di tempat umum sebagai alat promosi, pengumuman, atau informasi kepada khalayak.

Poster digunakan sebagai media pendukung untuk promosi tentang *E-Catalogue* yang dirancang. Untuk poster akan dicetak dengan ukuran A2 (42.0 x 59.4 cm).



Gambar 2. Final desain poster

b) Katalog

Katalog merupakan daftar dokumentasi atau beberapa pusat dokumentasi yang disusun menurut sistem tertentu. Dalam perancangan ini, media pendukung katalog akan dibuat dengan ukuran 15 x 18 cm menggunakan kertas Art Paper 230.



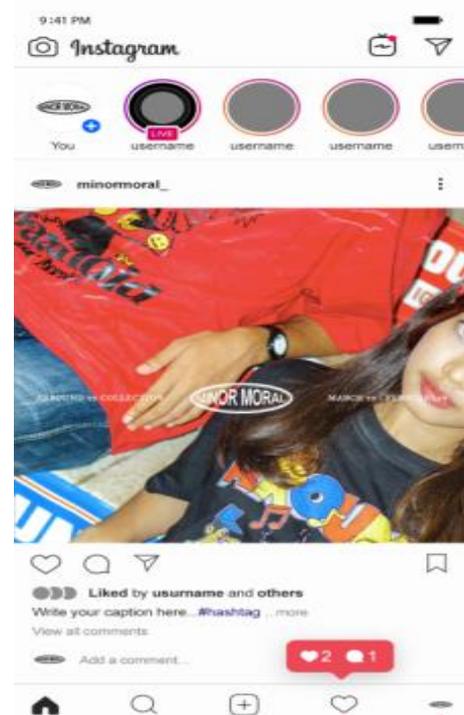
Gambar 3. Final desain katalog



Gambar 4. Final desain katalog

c) Feed Instagram

Sebuah aplikasi media sosial yang terfokus kepada foto dan video dalam konten aplikasinya. Aplikasi Instagram dapat membantu mempromosikan media yang dirancang. Instagram merupakan media sosial yang dipakai oleh banyak orang dari berbagai kalangan sehingga cocok sebagai media promosi



Gambar 5. Final desain feed instagram

d) Plastic Bag

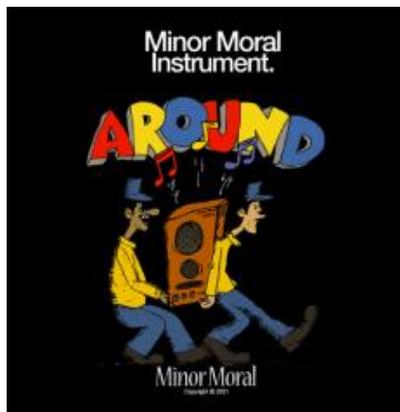
Plastic bag merupakan tas yang terbuat dari bahan dasar plastik. Plastik yang akan di gunakan adalah jenis plastik yang tebal dengan bahan dasar yang bagus. *Plastic Bag* biasanya digunakan sebagai tas belanja. *Plastic bag* dapat dijadikan media pendukung sebagai kantong belanja secara *offline* ataupun *online*.



Gambar 6. Final desain *plastic bag*

e) *Sticker*

Sticker merupakan media informasi visual karena sifatnya yang *flexible* dan dapat ditempelken dimana saja.



Gambar 7. Final desain *sticker*

f) *T-Shirt*

T-Shirt adalah medium standar yang banyak dipilih dalam melakukan promosi suatu produk.



Gambar 8. Final desain *t-shirt*

g) *Motion Graphic*

Motion graphic adalah sebuah subset multimedia yang menggunakan elemen grafis dan prinsip desain grafis dalam pembuatan film atau produksi video melalui animasi atau perfilman. Dengan media *motion graphic*, memudahkan Minor Moral dalam memberi info dan mempermudah pembeli dalam berbelanja online.



Gambar 9. Final desain *motion graphic*

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Minor Moral adalah nama *brand clothing line* lokal yang merupakan asli Indonesia berproduksi di Kota Pekanbaru. Minor Moral tercipta dari keinginan Rendy (*owner*) untuk membantu teman-

teman tongkrongannya dalam memenuhi kebutuhan *outfit* atau pakaian yang kebanyakan *culture* nya merupakan anak *skateboard*. Penggunaan *E-Catalog* dirasa dapat menjadi *alternative* media dalam promosi serta memberi informasi terkait Minor Moral, seperti apa itu Minor Moral, bagaimana Minor Moral bias terbentuk, hingga apa saja produk yang dijual oleh Minor Moral.

Dengan adanya media *E-Catalogue* sebagai wadah untuk promosi dan informasi Minor Moral, diharapkan dapat meningkatkan serta memperbanyak konsumen dari Minor Moral. Informasi yang dimuat pada *E-Catalog* ini berupa apa itu Minor Moral, serta produk apa saja yang dijual Minor Moral pada edisi di tahun ini.

Perancangan dilakukan dengan menggunakan metode *glassbox*. Setelah melalui tahapan-tahapan dalam metode *glassbox*, maka dihasilkan sebuah hasil perancangan berupa *E-Catalogue* yang ditujukan kepada Minor Moral untuk digunakan sebagai media penyebaran informasi dan promosi dari produk Minor Moral sendiri. Selain *E-Catalogue* sebagai media utama, dihasilkan pula beberapa media lainnya yang dijadikan sebagai media pendukung, seperti poster, *sticker*, *feed* instagram, *motion graphic*, *plastic bag*, *T-shirt*, dan katalog cetak.

B. Saran

Berdasarkan perancangan "*E-Catalogue* Minor Moral" ini, maka dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perancangan *E-Catalogue* ini diharapkan dapat membantu peningkatan promosi dan penjualan dari *brand* Minor Moral.
2. Perancangan *E-Catalogue* ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap Minor Moral.

Dengan adanya perancangan *E-Catalogue* ini diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan

konsumen untuk menggunakan produk-produk lokal terutama nya baju yang tidak kalah dari produk-produk lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ihya'Ulumuddin, D. I., Prabowo, D. P., & Haryadi, T. (2016). Katalog sebagai media promosi bagi umkm koelon kalie krobokan Semarang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(02), 181-194.
- [2] Ilham, I. (2019). PERANCANGAN BUKU KATALOG PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUSEN MEBEL YASMIENITURE. *JURNAL Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, 1(3), 54-79.
- [3] Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- [4] Rachmat, G., & Rizky Giovanio Dranie, P. (2019). *Desain Katalog Dengan Teknik Fotografi Fashion Pada Zainal Songket Palembang* (Doctoral dissertation, Politeknik PalComTech).
- [5] Sahara, F., & Adriana, R. (2016). Aplikasi E-Katalog Perpustakaan Berbasis Mobile Android. *Jurnal Informatika Global*, 7(2).
- [6] Valentino, D. E. (2019). Pengantar Tipografi. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 6(2), 152-173.
- [7] Wijaya, C. L., & Muqoddas, A. (2022). Perancangan Katalog Produk Immanuel Baby Shop dengan Fotografi Desain untuk Memperluas Pasar. *CITRAKARA*, 4(2), 210-232. Hidayat, W., Mahmuriyah, R., & Safitri, S. N. R. (2016). Media visual berbentuk katalog produk sebagai media promosi. *Journal Sensi*, 2(2), 184-197.