



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 3, No. 1, 2026

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 3, No. 1, 2026

Pages: 22-27

Perancangan Desain Katalog untuk Media Promosi Produk Perusahaan Perkapalan

Yenny Yung, Nuryadi

Universitas Tarumanagara

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3877>

How to Cite this Article

APA : Yenny Yung, & Nuryadi. (2025). Perancangan Desain Katalog Untuk Media Promosi Produk Perusahaan Perkapalan. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 3(1), 22 - 27.
<https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3877>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Perancangan Desain Katalog untuk Media Promosi Produk Perusahaan Perkapalan

Yenny Yung^{1*}, Nuryadi²
Universitas Tarumanagara, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: yenny.625220089@stu.untar.ac.id

Diterima: 25-10-2025

| Disetujui: 05-11-2025

| Diterbitkan: 07-11-2025

ABSTRACT

Fierce business competition forces companies to compete to attract buyers to purchase their products. One way to attract buyers is by participating in company exhibitions. However, not all products can be exhibited, so a medium capable of promoting products in large quantities is needed: a catalog. Promotion is one way to introduce a product to the wider public, and one such promotional medium is the use of printed media, such as a catalog. However, a catalog requires an attractive, informative design that reflects a company's image. However, based on previous catalog designs, the catalog was poorly designed and did not align with the company's image. Therefore, the author wanted to redesign the shipping company's catalog with the aim of making the catalog design more attractive and professional, so that the catalog could be used to attract potential buyers in a time of increasingly fierce business competition. In the catalog redesign process, the author used Robin Landa's method, which assisted in the design.

Keywords: Catalog; promotion; design; shipping; layout; exhibition.

ABSTRAK

Ketatnya persaingan bisnis membuat perusahaan harus berlomba-lomba menarik minat pembeli dalam membeli produknya. Salah satu cara menarik minat pembeli dengan mengikuti pameran perusahaan, namun tidak semua produk bisa dipamerkan sehingga diperlukan media yang bisa mempromosikan produk dengan jumlah banyak yaitu katalog. Promosi adalah salah satu cara untuk memperkenalkan sebuah produk kepada masyarakat luas, salah satu media promosinya yaitu dengan menggunakan media cetak berupa katalog. Namun dalam katalog diperlukan desain yang menarik, informatif dan dapat mencerminkan citra sebuah perusahaan, tetapi berdasarkan hasil desain katalog sebelumnya katalog tidak didesain dengan baik dan tidak sesuai dengan citra perusahaan. Sehingga penulis ingin mendesain ulang katalog perusahaan perkapalan dengan tujuan desain katalog menjadi lebih menarik dan terlihat profesional, sehingga katalog dapat digunakan untuk menarik calon pembeli disaat persaingan bisnis semakin ketat. Dalam proses mendesain ulang katalog penulis menggunakan metode Robin Landa yang membantu dalam perancangan desain katalog tersebut.

Kata kunci: Katalog; promosi; desain, perkapalan, layout; pameran.

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan bisnis pada usaha perkapalan menjadi sebuah tantangan dalam menjual produk-produk perusahaan. Sehingga diperlukan langkah konkrit oleh perusahaan untuk menarik minat pelanggan membeli sebuah produk perusahaan perkapalan tersebut salah satunya dengan melakukan promosi. Promosi adalah sebuah proses untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sebuah produk kepada pembeli dengan menggunakan beragam media sehingga keputusan pembeli dapat terpengaruh (Darmawan, 2018). Terdapat 2 lingkup untuk memperkenalkan atau memasarkan sebuah produk yaitu push marketing yang pemasarannya mengandalkan penyebaran produk dan display di toko. Kemudian pull marketing melakukan promosi dengan media cetak dan elektronik untuk menarik pelanggan. Media cetak adalah sebuah cara berkomunikasi yang dapat menjangkau banyak orang, yang berisi pesan dan gambar kemudian dicetak dan disebar luaskan (Effendy, 2003).

Sehingga langkah konkrit yang diambil untuk mempromosikan produk-produk tersebut, yaitu dengan mengikuti acara expo perkapalan. Namun dalam pameran tidak memiliki banyak ruang untuk mempromosikan semua produk yang dijual, sehingga diperlukan promosi dengan menggunakan pull marketing media cetak berupa katalog. Katalog sama seperti toko dapat menampilkan sebuah produk dalam jumlah banyak sehingga mempermudah dalam memberikan informasi mengenai produk perusahaan. Dengan katalog, produk yang jumlahnya banyak dapat disampaikan dengan tertata, singkat, menarik serta dapat mempengaruhi keputusan membeli konsumen (Sutisna, 2002). Meskipun saat ini semua sudah beralih menjadi digital, namun promosi menggunakan media cetak masih efektif digunakan terutama saat mengikuti pameran perusahaan. Berdasarkan sebuah studi efektivitas iklan media cetak memiliki skor unggul 3,75 dibandingkan YouTube 3,67 (Lasmary, 2017). Dengan dilakukannya promosi yang baik dan benar maka peluang sebuah produk akan dikenal oleh masyarakat semakin besar.

Katalog sebagai media promosi sangat penting untuk memperhatikan estetika dalam desain dikarenakan desain dapat mempengaruhi minat dan ketertarikan pembaca. Dalam pembuatan katalog untuk perusahaan kita perlu membuat desain sesuai dengan citra perusahaan yang sudah dibangun, desain katalog yang tidak profesional dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen kepada perusahaan dan produk perusahaan. Sebelumnya perusahaan sudah membuat katalog untuk mempromosikan produknya namun, penulis menemukan pada hasil desain katalog sebelumnya yang perusahaan gunakan tidak mencerminkan citra perusahaan dan didesain dengan kurang profesional, sehingga hasil dari katalog tersebut terlihat membosankan dan tidak informatif. Hal tersebut dapat berdampak kepada keputusan konsumen dalam membeli produk sehingga diperlukan perancangan ulang untuk katalog perusahaan perkapalan.

METODE PENELITIAN

Dalam merancang desain katalog ini digunakan metode Robin Landa yang dalam mendesain diperlukan 5 tahap, yaitu :

1. Orientasi yang dimana pada tahap ini mencari informasi dan data yang membantu untuk memperluas wawasan dalam mendesain dengan mewawancarai General Manager untuk mengetahui informasi mengenai perusahaan dan desain seperti apa yang diharapkan.
2. Analisis melakukan observasi dan mencari data-data yang membantu dalam memulai desain.
3. Konsep pada tahap ini mulai mencari dan membangun ide-ide dengan cara mencari referensi, diskusi, dan brainstorming yang kemudian akan memberikan sebuah ide dalam memulai mendesain.

- 24

a. Warna

Dalam pemilihan warna penulis mencari warna yang sesuai dengan citra perusahaan yaitu :

1) Biru

Warna biru menampilkan kesan kepercayaan, ketenangan, stabil warna ini banyak digunakan sbagai warna logo oleh perusahaan.

2) Putih

Warna putih menampilkan kesan visual yang bersih, teratur, sederhana. Dalam desain warna putih dapat memberikan keseimbangan pada desain.

b. Typografi

Pada setiap typografi memiliki kesan dan pesan yang disampaikan dalam sebuah desain pemilihan font yang sesuai akan menyampaikan kesan dan pesan yang akan disampaikan dalam desain sehingga menciptakan harmonisasi dalam desain.

Desain

Pada proses desain penulis melakukan analisis pada katalog sebelumnya, sebagai acuan agar tidak membuat desain yang salah seperti katalog sebelumnya. Kemudian penulis membuat konsep desain seperti apa yang akan dibuat, dengan membuat moodboard yang akan menjadi panduan dalam mendesain. Pada moodboard menampilkan typografi yang akan digunakan, warna yang akan digunakan dan gambaran bagaimana layout akan terlihat. Pemilihan moodboard tersebut berdasarkan produk yang dijual perusahaan yang berhubungan dengan perkapalan dan identik dengan laut. Pada penggunaan warna katalog sebelumnya menggunakan warna biru cerah/muda, namun penggunaan warna tersebut sangat sulit jika digunakan untuk melakukan layouting sehingga penulis memilih warna biru yang gelap sebagai dasar atau warna utama dalam desain majalah ini selain itu warna biru memiliki kesan kepercayaan, dan ketenangan. Warna biru akan dikombinasikan dengan warna putih agar memberikan kontras kepada produk. Desain akan dibuat dengan layout yang rapih dengan menggunakan permaian kontras warna agar tulisan/produk yang akan ditampilkan terlihat selain itu juga agar menampilkan kesan profesional sehingga memberikan bahwa perusahaan tersebut terpercaya. Pada penggunaan font dikatalog sebelumnya menggunakan font yang sangat basic digunakan untuk dokumen, berdasarkan hal tersebut penulis memilih menggunakan font garet karena gaya font yang ditampilkan dapat dibaca dengan mudah dan menampilkan kesan santai namun profesional.



Berdasarkan moodboard diatas menghasilkan desain sebagai berikut :



Implementasi

Setelah proses revisi selesai berikut adalah hasil final dan gambaran hasil jika katalog sudah dicetak pada kertas A4



KESIMPULAN

Dalam perancangan ulang sebuah katalog diperlukan sebuah riset, dimana hasil riset tersebut akan menjadi panduan kita dalam mendesain. Diharapkan peancangan ulang katalog tersebut dapat membantu kegiatan promosi perusahaan, diharapkan juga pembeli nantinya dapat merasa terbantu dengan desain katalog yang lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah membantu memberi masukan kepada penulis selama proses penulisan. Terimakasih kepada perusahaan perkapalan atas kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk mendesain katalog produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, D, “*Journal of Service Management and Marketing*”, 2018.
Sutisna, J. “*Consumer Behavior and Marketing Communication*”, 2011.
Surianto Rustan, “Basic Layout and Its Application”, Gramedia Pustaka Utama, 2008.
Pricilia Yunita Wijaya, “*Typography in Visual Communication Design*”, 2004
Monica, M., Luzar, L. C. “*The Effect of Color in the World of Design and Advertising*”, 2011.
Landa, R, “*Graphic Design Solutions*”, 6th Edition, 2021.
Norman, D.A, *The Design of Everyday Things*, 1988.