

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN DESAIN WEB DAN INSTAGRAM
BISNIS ONLINE UNDANGAN PERNIKAHAN
“ANYTIME WEDDING INVITATION”**



KARYA DESAIN

Elsa Erlistia

NIM: 1012052024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

**PERANCANGAN DESAIN WEB DAN INSTAGRAM
BISNIS ONLINE UNDANGAN PERNIKAHAN
“ANYTIME WEDDING INVITATION”**



KARYA DESAIN

Elsa Erlistia


NIM: 1012052024

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat utamamemperoleh
Gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2017**


LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir karya desain dengan judul: PERANCANGAN DESAIN WEB DAN INSTAGRAM UNDANGAN PERNIKAHAN BISNIS ONLINE “ANYTIME WEDDING INVITATION”, di susun oleh Elsa Erlistia, NIM: 1012052024, Program studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah di setujui tim Penguji Tugas Akhir pada 6 Juli 2017.

Pembimbing I/Anggota


P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.
NIP 19700106 200801 1 017

Pembimbing II/Anggota


FX. Widyatmoko, M.Sn.
NIP 19750710200501 1 001


Cognate/Anggota


Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP 19650522 199203 1 003

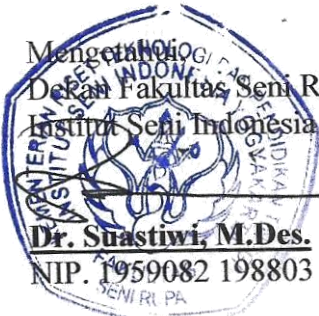
Ketua Program Studi/ Anggota


Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 2008012 1 001

Ketua Jurusan Desain/Ketua


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.
NIP. 19770315 200212 1 002

Mengesahkan
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 1959082 198803 2 002

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya haturkan kehadiran Tuhan yang Maha pengasih dan penyayang, karena atas berkat limpahan karunia-Nya maka saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tidak lupa pada kesempatan ini, saya menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada rekan, teman, dan orang-orang baik yang telah membantu sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan antara lain:

1. Rektor ISI Yogyakarta, Prof. DR. M. Agus Burhan, M. Hum.
2. Dekan FSR ISI Yogyakarta, DR. Suastiwi, M. Des.
3. Ketua Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta, Martino Dwi Putranto, S.Sn., MA
4. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta, Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
5. Kakak, mamah, dan pacar penulis yang telah mendukung baik moral maupun material sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. selaku pembimbing I yang telah sabar memberikan saran dan dukungan selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
7. FX. Widyatmoko, M.Sn. selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan, saran dan dukungan selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
8. Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., atas kesediaannya sebagai penguji ahli/*cognate* dan memberikan masukan yang bersifat membangun.
9. Teman-teman kelompok Tugas Akhir atas kebersamaan dan dukungan moril selama pengerjaan Tugas Akhir.
10. Sahabat saudara tercinta, serta sahabat-sahabat terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas dukungan, semangat, dan doanya.
11. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Projek Perancangan Desain Web dan Instagram Bisnis Online Undangan Pernikahan “Anytime Wedding Invitation”, telah dapat digunakan secara *online*, diharapkan perancangan tugas akhir selanjutnya ini dapat berguna bagi institusi, praktisi dan masyarakat.

Akhir kata, masukan, kritik dan saran yang membangun kami tunggu sehingga projek ini dapat berguna dan lebih sempurna. Besar harapan, semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi lembaga program Studi Desain Komunikasi visual FSR ISI Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 Juli 2017

Elsa Erlistia

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul :
“**PERANCANGAN DESAIN WEB DAN INSTAGARAM BISNIS ONLINE UNDANGAN
PERNIKAHAN “ANYTIME WEDDING INVITATION”**” yang dibuat untuk melengkapi
sebagian persyaratan menjadi Sarjana S-1 Seni Pada Program Studi Desain
Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
bukan merupakan tiruan atau duplikasi skripsi atau tugas akhir yang sudah
dipublikasikan, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan dalam
daftar pustaka.



Yogyakarta: 6 Juli 2017

Elsa Erlistia
NIM 1012052024

ABSTRAK

Bisnis online telah merebak begitu cepat di berbagai media dan menembus lintas ruang dan waktu. Salah satu bisnis yang kini berkembang adalah pembuatan jasa undangan pernikahan. Tak dapat diragukan lagi bahwa kini bisnis online memiliki prospek pasar yang cukup besar. Peluang bisnis yang terbilang cukup mudah dan murah untuk dijalankan ini mampu memberikan keuntungan besar bagi para pelaku usahanya. “Anytime Wedding Invitation” sebagai salah satu pelaku bisnis online kartu undangan pernikahan, mencoba melakukan terobosan melalui citra eksklusif yang akan dibangun yakni dengan menawarkan desain bergaya vintage berbasis vektor. Melalui metode pendekatan deskriptif dan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), maka disusunlah konsep perancangan media online menggunakan media web dan instagram, sehingga diharapkan masih dapat menjangkau pasar yang lebih luas di kota Yogyakarta.

Kata Kunci: undangan pernikahan, “Anytime Wedding Invitation”, *online*



ABSTRACT

Online Business has exploded so quickly in various media and penetrate across space and time. One of the business that now grow is making services wedding invitation. Undoubtedly that business online now have the prospect of the market that is big enough. Business Opportunities that was fairly easy and inexpensive to run is able to give a great advantage for the perpetrators of the business. "Anytime Wedding Invitation" as one of the actors online business wedding invitation card, trying to make a breakthrough through the exclusive image that will be built by offers vintage-style design based on vectors. Through the method of descriptive approach and SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), then composed the concept of the design of online media using media web and instagram, so that hopefully can still sweep the broader market in the city of Yogyakarta.

Keywords: *wedding card, "Anytime Wedding Invitation", vintage, online*



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Batasan Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan	4
F. Metode Perancangan	5
G. Metode Pengumpulan Data	6
H. Metode Analisis Data	6
I. Konsep perancangan	7
J. Skematika Perancangan	8
BAB II	9
IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	9
A. Produk Undangan	9
B. Tinjauan Pustaka	18
C. Landasan Teori	19
BAB III	Error! Bookmark not defined.
KONSEP DESAIN	Error! Bookmark not defined.
A. Tujuan Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
B. Strategi Komunikasi	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Kreatif	Error! Bookmark not defined.
D. Strategi Kreatif	Error! Bookmark not defined.
E. Tujuan Media	Error! Bookmark not defined.
F. Pra Produksi	Error! Bookmark not defined.
1. Sinopsis Web Desain	Error! Bookmark not defined.
2. Sinopsis Instagram	Error! Bookmark not defined.
G. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
H. Sintesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	507
VISUALISASI	Error! Bookmark not defined.7
A. Layout Web Desain	Error! Bookmark not defined.7

1. Opening Web	Error! Bookmark not defined.	7
2. Sub Indeks.....	Error! Bookmark not defined.	8
3. Halaman Indeks	Error! Bookmark not defined.	
B. Layout Instagram		61
1. Cover Instagram.....		61
2. Indeks Instagram.....	Error! Bookmark not defined.	2
C. Layout Media Pendukung	Error! Bookmark not defined.	63
BAB V		656
PENUTUP.....		666
A. Kesimpulan		666
B. Saran		677
Daftar Pustaka.....		688
Lampiran		689



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hotprint Produk “Anytime Wedding Invitation”	10
Gambar 2. Embossed Produk “Anytime Wedding Invitation”	10
Gambar 3. Ilustrasi Ornamen Simple.....	11
Gambar 4. Ilustrasi Floral Dekoratif	11
Gambar 5. Ilustrasi Floral Dekoratif Grayscale	12
Gambar 6. Ilustrasi Floral Fullcolor.....	12
Gambar 7. Ilustrasi Floral Vintage.....	13
Gambar 8. Ilustrasi Mix Nuansa Jawa	13
Gambar 9. Ilustrasi Floral Dekoratif (1).	14
Gambar 10. Ilustrasi Floral Dekoratif (2).	14
Gambar 11. Undangan Dengan Penambahan Kertas Doily.....	15
Gambar 12. Undangan Kalender.....	15
Gambar 13. Undangan Amplop	16
Gambar 14. Undangan Lapisan Amplop Terbuka	16
Gambar 15. Undangan Tiket dan Amplop.....	17
Gambar 16. Undangan Renda	17
Gambar 17. Hotprint warna gold	22
Gambar 18. Embossed Positif.....	22
Gambar 19. Termograph Tinta Putih	23
Gambar 20. Termograph Tinta Putih.....	23
Gambar 21. <i>Engraving</i> Pada Lembar Plat Logam	24
Gambar 22. Ilustrasi Sulur Daun Dekoratif	25
Gambar 23. Ilustrasi Flora Dekoratif	25
Gambar 24. Ilustrasi Sulur Dekoratif.....	25
Gambar 25. Ilustrasi Sulur Daun	26
Gambar 26. Ilustrasi Outline Bunga Kipas	26
Gambar 27. Ilustrasi Ornament Bunga Merah.....	26
Gambar 28. Ilustrasi Flora Dekoratif	27
Gambar 29. Ilustrasi Flora Dekoratif	27
Gambar 30. Ilustrasi Gambar Kupu-Kupu.....	27
Gambar 31. Ilustrasi Sulur Merah Muda	28
Gambar 32. Ilustrasi Lampu Gantung.....	28
Gambar 33. Ilustrasi Pohon Sakura	28
Gambar 34. Ilustrasi Mandarin Dengan Kupu-Kupu Di Tengah.....	29
Gambar 35. Ilustrasi Gothic Dengan Ujung Yang Meruncing.	29
Gambar 36. Ilustrasi Sulur Dan Bunga.	29
Gambar 37. Ilustrasi Bunga Mawar.	30
Gambar 38. Ilustrasi Naga Dan Phoenix.....	30
Gambar 39. Ilustrasi Pengantin China Kuno dengan Baju Merah.....	30
Gambar 40. Ilustrasi Bunga Mawar.	31
Gambar 41. Ilustrasi Dekoratif Sulur Daun Memanjang.....	31
Gambar 42. Ilustrasi Sulur Daun.	31
Gambar 43. Ilustrasi Naga dan Phoenix	31
Gambar 44. Jenis Font modern dan karakternya.....	41
Gambar 45. Jenis Font klasik dan karakternya	42
Gambar 46. Jenis Font romantik dan karakternya	42

Gambar 47. Contoh 1. <i>Plot Desain Website</i>	47
Gambar 48. Contoh 2. <i>Plot Desain Website</i>	47
Gambar 49. Contoh 2. <i>Plot Desain Instagram</i>	49
Gambar 50. Contoh 2. <i>Plot Desain Instagram</i>	49



***Kupersembahkan
Karya perancangan tugas akhir ini
untuk orang-orang yang kusayangi dalam hidupku***



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini masyarakat Indonesia mempunyai kecenderungan memilih menggunakan jasa *online* dalam berbagai aktifitas. Hal ini ditandai dengan maraknya situs-situs penjualan secara *online*, seperti; Buka Lapak. Com, Kaskus, OLX dan lain sebagainya. Dalam situs-situs tersebut masyarakat dimanjakan dengan berbagai akses kemudahan untuk mencari barang dan jasa yang diinginkan. Semisal dalam situs OLX terdapat kategorisasi jenis penjualan barang seperti; Mobil, Motor, Properti, Keperluan Pribadi, Elektronik dan Gadget, Hobi dan Olah raga, Rumah Tangga, Perlengkapan Bayi dan Anak, Kantor dan Industri, Jasa dan Lowongan Kerja.

Dalam ragam bisnis *online* juga terdapat jasa penjualan undangan pernikahan. Bisnis ini cukup memiliki peminat yang cukup signifikan, mengingat pernikahan merupakan suatu kebutuhan primer dalam hidup manusia. Adapun salah satu syarat pada upacara pernikahan adalah kartu undangan untuk mengkabarkan acara pernikahan kepada yang dituju. Sebelum maraknya bisnis *online*, setiap orang yang hendak membuat undangan pernikahan akan mengunjungi biro-biro pembuatan undangan secara langsung atau bertatap muka. Namun semenjak berkembangnya teknologi *online*, biro-biro pembuatan undangan tak harus dikunjungi secara langsung, melainkan bisa mengunjunginya melalui situs-situs *online* yang menyediakan jasa tersebut. Selain itu, kini tersedia media sosial sebagai bagian dari perkembangan media internet atau *online*. Alhasil muncul pula bisnis penjualan *online* yang tidak memanfaatkan *website*, tetapi menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Line dsb.

Ketersediaan pembuatan jasa undangan secara *online* tersebut memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk memesan undangan sesuai yang diinginkan. Dalam hal ini para pembuat jasa undangan *online* jeli dalam memanfaatkan peluang bisnis, karena hampir sebagian besar masyarakat sudah memiliki akses menggunakan media *online* lewat gadget

atau komputer dengan mudahnya internet. Tak dapat diragukan lagi bahwa kini bisnis *online* memiliki prospek bisnis yang cukup besar. Peluang bisnis yang terbilang cukup mudah dan murah untuk dijalankan ini mampu memberikan keuntungan besar bagi para pelaku usahanya. Mulai dari berjualan barang maupun menawarkan jasa melalui toko *online*, hingga membantu penawaran produk sebagai *reseller* maupun *affiliate*, banyak diminati para pencari usaha (Sulianta: 2015, 23).

Sama seperti peluang usaha *offline*, bisnis *online* pun juga dapat memberikan keuntungan yang cukup besar. Baik keuntungan dalam bentuk materi maupun keuntungan tidak langsung misalnya berupa luasnya jaringan. Dalam menjalankan bisnis *online*, besar kecilnya keuntungan yang diperoleh tergantung oleh ketekunan dalam media *online* yang digunakan (Makmur, 2016, 76) Dalam desain *online* undangan pernikahan pasti memiliki beberapa kendala dan persoalan yang akan dihadapi, seperti halnya dengan jenis wirausaha *online* yang serupa. Efisiensi dan ke-efektifan waktu dalam bekerja sangat penting dalam usaha ini, karena undangan pernikahan sangat menyangkut dengan waktu.

Menjaga interaksi yang baik dengan pembeli / *customer* (untuk revisi, pembayaran dll), menjalin relasi yang baik dengan rekan usaha, kantor percetakan, kantor pengiriman serta pegawai *finishing* (lipat, pita, sampul, plastik, dsb). Sebagai seorang desainer sangat dituntut untuk selalu memberikan inovasi pada setiap produknya, dalam hal ini terfokus pada layout undangan, dengan memiliki lebih banyak varian desain, tentu akan menjadi daya tarik sendiri untuk calon pembeli, tujuan utamanya adalah agar tetap selalu mengikuti perkembangan jaman dan kemauan pasar, karena pembeli (calon pengantin) mayoritas di usia muda (Sulianta, 2015, 28). Manajemen waktu yang disiplin adalah kunci sukses dalam usaha ini, disinilah peran penting seorang wirausahawan dituntut menjadi seorang pemimpin yang tegas, terbuka dan disiplin.

Selain itu, menjadi penting untuk memahami aneka macam gaya desain dalam bisnis pembuatan undangan. Ada yang menggunakan teknik tertentu mulai dari bentuk hingga permainan warna. Desain sendiri merupakan

proses merencana suatu karya seni yang terpakai, dengan mengindahkan fungsi, komposisi warna, tata letak, bentuk, harga dan bisa diproduksi banyak, keinginan pasar serta bisa laku dijual. “Anytime Wedding Invitation” adalah salah satu bisnis *online* di Yogyakarta. Sebagai salah satu pelaku kegiatan bisnis undangan pernikahan dan melayani jasa secara online, telah ikut meramaikan bursa pembuatan desain ini.

Menjadi menarik ketika “Anytime Wedding Invitation” membuat terobosan dengan mengangkat gaya yang khas dan cukup populer dalam desain undangan, antara lain secara eksklusif mengangkat desain unik berupa gaya *Vintage*. Spesifikasi objek visualisasi pada kartu undangan pernikahan ini menggunakan teknik vektor dan mengeksplorasi bentuk-bentuk tumbuhan khususnya bunga dan motif ragam hias yang lain. Mengingat maraknya bisnis undangan pernikahan yang terus menjamur saat ini, maka “Anytime Wedding Invitation” perlu menyusun strategi dan pendekatan yang lebih kreatif dalam usaha merebut pasar yang masih dapat disasar bagi target *audience* di kota Yogyakarta. Untuk itu konsep PERANCANGAN DESAIN WEB DAN INSTAGRAM BISNIS ONLINE UNDANGAN PERNIKAHAN “ANYTIME WEDDING INVITATION”, ini mendesak untuk segera disusun guna mendukung usaha bidang ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang konsep visualisasi desain *web* dan instagram bisnis *online* undangan pernikahan “Anytime Wedding Invitation” sehingga mampu menjangkau konsumen dan menyaingi pasar di kota Yogyakarta?

C. Tujuan Perancangan

Untuk mendapatkan konsep perancangan dan visualisasi desain *web* dan Instagram bisnis *online* undangan pernikahan “Anytime Wedding Invitation”. Memperoleh konsep promosi yang diharapkan meningkatkan jumlah pemesanan secara *online* dan dapat memperluas target audien khususnya di kota Yogyakarta.

D. Batasan Perancangan

Perancangan ini hanya terbatas pada desain bisnis *online* undangan pernikahan yang dilakukan oleh “Anytime Wedding Invitation”. Dalam merancang grafis, desain mengadopsi pada gaya desain *vintage* dengan elemen bunga sesuai kaidah-kaidah yang diterapkan pada undangan pernikahan dan diaplikasikan dalam media lain seperti *T-Shirt* atau oblong sesuai pesanan peminta jasa undangan. Karya yang diangkat dalam tugas akhir ini adalah karya individu yang dihasilkan dari konsep perancangan, dan diharapkan dapat diterima oleh masyarakat yang membutuhkan jasa undangan pernikahan berbasis *online*.

E. Manfaat Perancangan

Manfaat yang diharapkan dari perancangan ini adalah :

1. Bagi Mahasiswa :

Penelitian perancangan ini dapat memperluas informasi dan pengetahuan tentang dasar media-media komunikasi berwirausaha secara *online*, dengan undangan pernikahan sebagai contoh penjualan jasa secara *online*. Mengajak mahasiswa untuk terus berkarya dan menghasilkan, dengan tata kelola yang baik, terlebih mengajak mahasiswa untuk mandiri dan menjadi tuan dalam usaha sendiri.

2. Bagi Prodi DKV :

Dengan adanya perancangan ini diharapkan akan memperluas dan memberi wawasan baru bagi khasanah penelitian Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual, perkembangan desain dan tata kelola manajemen usaha *online* yang baik.

3. Bagi masyarakat/audiens :

Perancangan ini diharapkan mampu memberikan motivasi tersendiri bagi kaum muda untuk berani memulai berwirausaha, dengan ilmu yang sudah didapat dari pendidikan dan menerapkan langsung di lapangan dengan pengetahuan mendasar tentang manajemen usaha, dengan besar harapan dapat menekan angka pengangguran dan dapat membuka peluang usaha bagi banyak orang.

F. Metode Perancangan

Perancangan media promosi ini secara garis besar menjelaskan tentang bagaimana permasalahan diselesaikan berdasarkan proses perancangan yang sistematis yang diuraikan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

a) Data Primer

Dalam pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait perancangan media promosi *online*:

- (1) Brand “Anytime Wedding Invitation”
- (2) Narasumber “Anytime Wedding Invitation”
- (3) Ilustrator “Anytime Wedding Invitation”
- (4) Narasumber lain

b) Data Sekunder

Pengumpulan data dalam perancangan promosi media *online* ini mencakup pencarian data dan kepustakaan, media internet, media cetak, penyebaran kuisioner.

- (1) Penelitian pustaka, sebagai referensi dan sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan.
- (2) Sumber-sumber dapat berupa buku, artikel media massa dan literatur lain yang berkaitan dengan topik perancangan.
- (3) Studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data secara langsung berupa foto hasil survei lapangan untuk mendapatkan fakta yang akurat dan sebagai acuan ilustrasi dalam mendesain.
- (4) Data yang dimaksud berkaitan dengan permasalahan yang menjadi topik sentral dalam perancangan media promosi dengan teknik batik kontemporer, berbagai hambatan, serta solusi yang akan ditawarkan.

G. Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Mengumpulkan data melalui buku, karya ilmiah, serta mengamati beberapa bentuk visual yang pernah dipakai oleh para pengusaha undangan pernikahan berbasis *online*.

2. Data di lapangan dan dokumentasi

Dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh dari para nara sumber dan observasi langsung dilapangan.

3. Mengamati dan mengumpulkan data berupa beberapa *sample* undangan pernikahan *online* dari beberapa pengusaha undangan pernikahan berbasis *online*, dan menganalisa gaya desain dari setiap produk undangan pernikahan.

4. Mengambil beberapa gambar atau foto budaya populer yang nantinya digunakan untuk perancangan

5. Wawancara

a. Melakukan wawancara dengan target audiens tentang desain “Anytime Wedding Invitation” itu sendiri dan perbandingannya dengan brand produk lain, sehingga dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan dari produk ini di mata konsumen.

b. Melakukan wawancara langsung dengan para desainer “Anytime Wedding Invitation” tentang gaya desain undangan pernikahannya.

H. Metode Analisis Data

Perancangan ini menggunakan metode analisis perencanaan strategis dengan mengevaluasi objek atas dasar: kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek atau kegiatan bisnis. Keempat faktor dapat dijabarkan:

1. *Strength* (kekuatan) adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini. *Strength* ini bersifat internal dari organisasi atau sebuah program.
2. *Weaknesses* (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi

tetapi tidak dimiliki oleh organisasi. Kelemahan itu terkadang lebih mudah dilihat daripada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada.

3. *Opportunity* (kesempatan) adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi organisasi atau program kita untuk memanfaatkannya. *Opportunity* tidak hanya berupa kebijakan atau peluang dalam hal mendapatkan modal berupa uang, akan tetapi bisa juga berupa respon masyarakat atau isu yang sedang diangkat.
4. *Threat* (ancaman) adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah organisasi dan program. Ancaman ini adalah hal yang terkadang selalu terlewat dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk kontroversi atau *out of stream* (melawan arus) namun pada kenyataannya organisasi tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang.

I. Konsep perancangan

Konsep perancangan undangan pernikahan berbasis *online* ini akan dibuat dengan komunikatif, interaktif, simbolis, eksklusif, dan elegan dalam bentuk visual. Hal ini bertujuan agar perancangan grafis “Anytime Wedding Invitation” lebih menarik. Ilustrasi vektor dinilai dapat menambah nilai estetis dalam suatu karya. Metode yang akan dipakai adalah mengadopsi unsur-unsur bunga.

J. Skematika Perancangan

