

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan di berbagai bidang, membawa dampak yang pesat juga bagi perkembangan media periklanan. Media periklanan saat ini menjadi suatu kebutuhan yang penting bagi para produsen untuk mempromosikan produk-produknya. Hal ini membuka lapangan pekerjaan baru di bidang media periklanan, ditandai dengan tumbuhnya biro-biro periklanan yang berlomba menawarkan yang terbaik di bidangnya bersama perancang iklan yang terbaik pula. Biro iklan adalah yaitu perusahaan yang merencanakan dan menyelenggarakan kampanye periklanan dan yang bertindak atas nama klien (*Matari Advertising, 1996, halaman 4*).

Oleh karena itu penting bagi para perancang iklan yang disebut juga *desainer grafis*, agar mampu untuk merancang sebuah iklan yang komunikatif, yaitu mampu memberi rangsangan dan bujukan bagi konsumen supaya tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Arti dari *desain grafis* sendiri adalah rancangan yang mencakup dua dimensi, misalnya ilustrasi, typografi, dan metode melukis (*Matari Advertising, 1996, halaman 76*). Sedangkan menurut Matthew Baranski, "*Design may be graphic, printed on flat surfaces, or may be three dimensional*", yang artinya bahwa desain bisa berupa grafik, hasil cetakan pada permukaan yang rata, atau bisa juga dalam bentuk tiga dimensi (*Matthew Baranski, 1960, halaman 2*). Jadi desain grafis dapat disimpulkan sebagai salah satu media komunikasi dalam

bentuk grafik, angka, huruf, gambar dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi.

**Unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah desain grafis :**

1. *Ilustrasi Visual*

Ilustrasi adalah suatu gambar berupa lukisan atau foto yang berfungsi menerangkan, menghias, dan memperjelas suatu pesan dalam komunikasi grafika, juga kadang-kadang untuk merangsang perhatian pembaca (*Leksikon Grafika, 1980, halaman 76*).

2. *Logotype*

Logotype adalah simbol atau nama yang dipakai oleh suatu perusahaan (*Matari Advertising, 1996, halaman 102*).

3. *Typografi*

Typografi adalah seni memilih, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf untuk keperluan percetakan maupun reproduksi (*Matari Advertising, 1996, halaman 181*).

4. *Komposisi*

Komposisi berarti mengarang, mengatur, menyusun yang berkaitan dengan keindahan seperti titik, garis, bidang dan warna (*Westra I Made, 1988, halaman 30*).

## 5. Warna

Pemilihan warna dalam sebuah iklan sangat penting, karena warna memiliki nilai efektif yang dapat membangkitkan perasaan, setiap warna seakan-akan mempunyai karakter tersendiri (*Th.M.Verbeek, 1978, halaman 34*).

Selain unsur-unsur tersebut, perlu juga memperhatikan media komunikasi yang dipakai untuk sarana promosi produk tersebut yaitu sarana yang terdiri atas bauran kreatif yang digunakan untuk membawa pesan pengiklan sehingga pesan tersebut dapat sampai kepada khalayak sasaran yaitu konsumen atau calon konsumen (*Matari Advertising, 1996, halaman 37*). Media ini dapat berupa media cetak (tabloid, majalah, surat kabar, dan lain-lain) maupun media audio-visual (radio, televisi, internet, dan lain-lain).

Dengan dasar pemahaman di atas tersebut, maka pada tugas akhir dikerjakan proyek-proyek desain grafis sebagai syarat dari mata kuliah jurusan Desain Grafis. Adapun tugas-tugas tersebut meliputi :

1. Kartu Ucapan “ Selamat Hari Natal “
2. Penutup Roda Mobil “MINUMAN KSEGARAN WUZZ”
3. Leaflet Mobil “AUDI A.6”
4. Iklan Produk Cincin “CARTIER”
5. Billboard “ Hari Kemerdekaan “
6. Poster “ Festival Musik Jazz “

Seluruh tugas kami rancang dengan sasaran agar sebuah desain grafis yang komunikatif dan pesan yang terkandung di dalamnya dapat sampai kepada calon konsumen. Hal dasar inilah yang membuat sebuah desain grafis dianggap berhasil.