MASTER INDEX BACK to TOC HELP

BAB II. TINJAUAN PROYEK

II.1. Cover Majalah "Time".

II.1.1. Pengertian Proyek Cover Majalah "Time".

Majalah adalah suatu penerbitan berkala yang menyajikan liputan jurnalistik dan artikel berisi informasi dan opini membahas berbagai aspek kehidupan. Sampul depan majalah dapat berilustrasi foto, gambar atau lukisan (Ensiklopedi Nasional Indonesia jilid 10, 1990).

Majalah umumnya dibaca oleh pembaca berpendidikan dengan tingkatan pendapatan menengah ke atas.

Ciri-ciri majalah menurut Rhenald Kasali :

- majalah jauh lebih menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu, memiliki pasar yang mengelompok, punya usia yang lebih panjang dari surat kabar, dan memiliki kedalaman isi, menemani pembaca dengan menyajikan cerita atas berbagai kejadian dengan tekanan pada unsur menghibur / mendidik.

Majalah dibedakan menurut bermacam-macam sesi. Ditinjau dari pengkhususan isinya, maka pemilihan majalah "Time" dapat dikategorikan dalam majalah berita, yaitu majalah yang memuat reportase dan ulasan tentang peristiwa dan masalah aktual yang ada sekarang ini (Ensiklopedi Nasional Indonesia jilid 10, 1990).

Berdasarkan pengertian di atas, maka untuk proyek majalah "Time" sebagai majalah bermuatan politik, sosial dan ekonomi, dan berita aktual lainnya memegang peranan penting dalam dunia tersebut. Dalam hal ini, penulis mengetengahkan Soeharto sebagai tokoh penting di Indonesia yang reputasi dan kehidupannya banyak dibicarakan serta dihujat rakyatnya setelah lengsernya di tahun 1998. Dipilihnya karikatur Soeharto sebagai tokoh utama yang menghiasi cover majalah "Time", mengingat begitu gencarnya hujatan dan sorotan-sorotan dari dunia terhadap mantan presiden Soeharto dirasa mampu menarik minat konsumen untuk membaca dan mengetahui lebih jauh tentang isi majalah "Time".

II.1.2. Fungsi Proyek Cover Majalah "Time".

Sebagai majalah berita yang berskala internasional, maka majalah "Time" menyampaikan informasi-informasi aktual yang tidak semuanya didapatkan oleh majalah-majalah yang ada di Indonesia yang berskala nasional. Dengan demikian banyak hal-hal yang terjadi di dunia yang sebelumnya selalu terlambat diliput secara detail, kini mampu diketahui dengan mudah dan lengkap dengan adanya majalah "Time" ini, sehingga masyarakat Indonesia tidak ketinggalan berita baik itu berita di dalam negri maupun berita di luar negri.

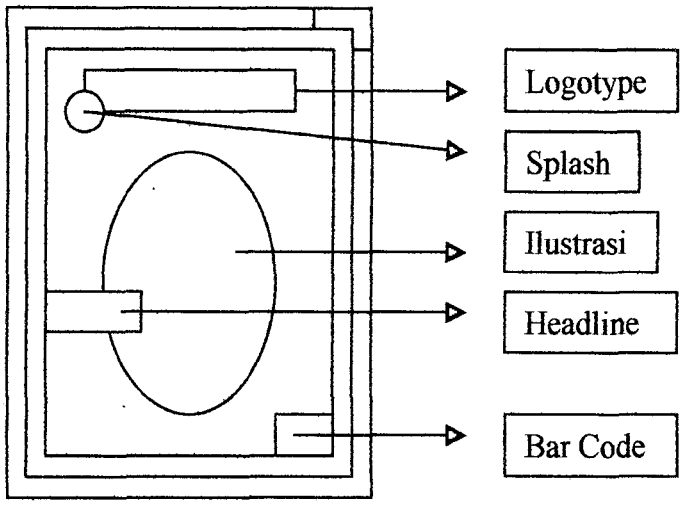
II.1.3. Konsumen Majalah "Time".

Para profesional, orang dewasa, pelajar baik itu laki-laki maupun wanita dari golongan menengah ke atas, dengan spesifikasi umur 20 – 70 tahun baik di kota-kota besar maupun kota-kota kecil.

II.1.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.1.4.1. Data Lay Out Cover Majalah "Time".

- Komposisi Ruang.



Komposisi Asimetri.

- Headline.

"Searching for Soeharto's Property" menggunakan font XP Compacta berwarna putih dengan ketebalan berwarna hitam terletak di sebelah kiri ilustrasi.

- Sub Headline.

  "Is he still survive" menggunakan font XP Compacta berwarna putih dengan ketebalan berwarna merah.

- Logotype.

  "Time" menggunakan font XP Cabot Open dengan warna merah internasional yang mengesankan kaku dan tegas.

- Ilustrasi Visual.

  Menggunakan ilustrasi karikatur Soeharto dengan warna background yang mampu menonjolkan gambar karikatur tersebut yaitu memakai warna gradasi greyblue dan golden roads yang terlihat kontras.

- Splash.

  splash terdapat di kiri dan pojok kanan atas.

II.1.4.2. Pemasaran.

Majalah ini dikemas dan dijual di toko-toko majalah yang ada di perkotaan dan diperuntukkan bagi orang-orang yang membutuhkan berita-berita aktual dan penting yang sedang hangat pada saat ini. Dapat pula melalui berlangganan sehingga pembaca tidak perlu pergi membeli di luar tetapi diantar sampai ke rumah sehingga dapat dipastikan tidak kehabisan.

- Desain :

  - Ukuran ilustrasi : 54,5 x 37 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Skala : 2 : 1.
  - Visualisasi :

    Pewarnaan : cat poster.

    Alat : airbrush, kuas.

    Teknik : brush, plakat.

    Finishing : tusir dan dilapisi fixative glass.

- Format jadi :

  - Ukuran ilustrasi : 30 x 22 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Bahan : art paper 120 gram.
  - Cetak : 4 warna, finishing dan uv gloss.

- Harga :

- Separasi film 4 warna (CMYK)				
(32 x 24) x Rp. 150,00	=	Rp	115,200.00	
- Biaya scan gambar	=	Rp	75,000.00	
- 4 plat cetak (4 warna)				
4 x Rp. 45.000,00	=	Rp	180,000.00	
		Rp	370,200.00	I
Bahan :				
- Art paper 120 gram ukuran plano (109 x 79 cm)				
= Rp. 400.000,00 / rim				
Untuk mencetak 10.000 lb perlu 5 rim				
5 x Rp. 400.000,00	=	Rp	2,000,000.00	II
- Ongkos cetak 10.000 lb				
10.000 x Rp. 300,00	=	Rp	3,000,000.00	III
- Ongkos UV Gloss Rp. 0,06 / cm2				
(32 x 24) x 10.000 x Rp. 0,06	=	Rp	460,800.00	IV
TOTAL		Rp	5,831,000.00	
PPN 10 %		Rp	583,100.00	
		Rp	6,414,100.00	
Ongkos desain 20 %		Rp	1,282,820.00	
Ongkos Total Seluruhnya		***Rp***	***7,696,920.00***	

II.2. Pamflet "Mc.Donald".

II.2.1. Pengertian Proyek Pamflet "Mc.Donald".

Pamflet atau selebaran sebagaimana yang kita ketahui adalah media untuk menyampaikan suatu informasi, berita maupun pemberitahuan tentang berbagai macam hal / produk yang disebarkan pada khalayak ramai.

Pengertian pamflet menurut Ensiklopedi Nasional Indonesia adalah :

- dokumen pendek atau rislah yang pada umumnya bertujuan mempengaruhi pendapat umum tentang topik baru yang kontroversial (Ensiklopdi Nasional Indonesia, jilid 14, 1990).

Pada mulanya topik yang diangkat dalam pamflet adalah yang berhubungan dengan masalah agama dan politik, tetapi seiring dengan perkembangan jaman, fungsi dari pamflet bukan hanya mencakup menginformasikan masalah agama dan pilitik saja, tetapi juga berperan sebagai media promosi dan iklan akan segala macam produk, jasa dan gagasan kepada masyarakat luas.

Pemilihan pamflet sebagai media promosi sendiri melalui pertimbangan ekonomis, dimana selain bentuknya yang relatif kecil, juga pamflet dicetak di

media yang ringan biayanya, sehingga hal ini merupakan metode yang murah dalam pembuatan media komunikasi yang dapat menjangkau masyarakat luas.

"Mc.Donald" sebagai klien pada pembuatan pamflet ini adalah salah satu Brand Name untuk restoran fast food yang terkenal dengan berbagai cabang di seluruh dunia, termasuk di Indonesia yang memilih lokasi di kota-kota besar dan utama di Indonesia, seperti di Jakarta, Semarang, Surabaya, Medan, Denpasar, dan kota-kota besar lainnya.

Pamflet "Mc.Donald" ini bersifat menginformasikan akan adanya paket menu baru yang dibuka di semua outlet "Mc.Donald" di Indonesia berhubung situasi di Indonesia yang serba sulit karena dilanda krisis moneter yang berkepanjangan.

Namun hal itu tidak berarti berkurangnya minat masyarakat untuk makan di resoran yang bergengsi seperti di "Mc.Donald", karena kini ada pemecahan masalah tersebut dengan penawaran paket baru yang serba hemat dan murah sehingga dapat dijangkau oleh kalangan menengah ke atas.

II.2.2. Fungsi Proyek Pamflet "Mc.Donald".

Pamflet ini dibuat untuk memperkenalkan pada masyarakat luas bahwa "Mc.Donald" membuat paket makanan yang lebih hemat dibanding dengan paket makanan yang pernah ada tetapi dengan kelezatan yang tetap sama. Hal ini merupakan siasat pemasran untuk mengatasi berkurangnya daya beli masyarakat akibat krisis moneter yang melanda di Indonesia. Maka diharapkan dengan gencarnya promosi melalui iklan, yang salah satunya adalah pamflet ini dapat menarik minat masyarakat untuk tetap dapat menikmati / mengkonsumsi makanan fast food tersebut dengan harga yang betul-betul terjangkau.

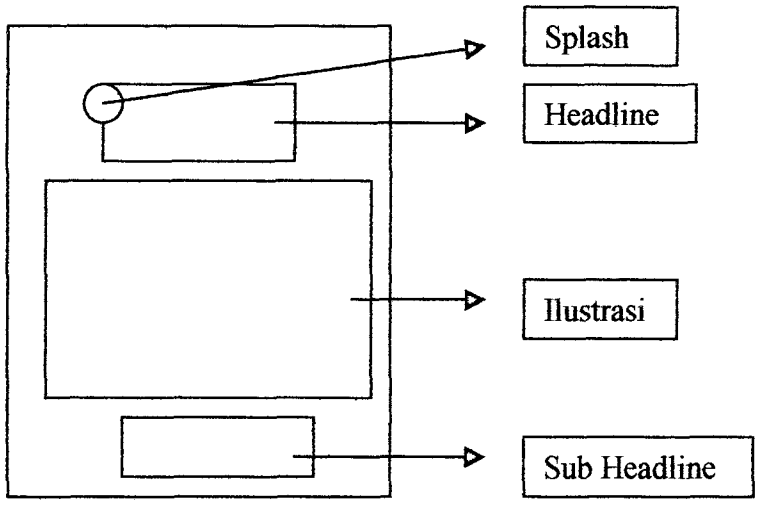
II.2.3. Konsumen "Mc.Donald".

Masyarakat tingkat menengah sampai ke atas, dari usia anak-anak, remaja sampai dewasa, yang tinggal di wilayah kota-kota besar.

II.2.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.2.4.1. Data Lay Out Pamflet "Mc.Donald".

- Komposisi ruang.



Komposisi Asimetri.

- Headline.

"Paket krismon dari "Mc.Donald"" memakai font Round Gothic yang berwarna hitam bergradasi abu-abu untuk menimbulkan kesan dinamis.

- Sub Headline.

Menggunakan font Geneva berwarna hitam diletakkan di bawah ilustrasi untuk memperjelas tulisan dan mengimbangi background yang kontras.

- Ilustrasi Visual.

Gambar tokoh badut sebagai tokoh khas "Mc.Donald" yang dibuat sesuai dengan citra " "Mc.Donald" " yaitu didominasi warna merah, putih dan kuning yang terlihat cekatan dalam menangani konsumen dan terlihat ekspresi ceria dari raut wajahnya.

- Splash.

Splash yang bertuliskan "NEW" berwarna biru sky berfungsi lebih menarik konsumen untuk menyimak dan mencoba sesuatu yang baru.

II.2.4.2. Pemasaran.

Untuk menarik minat masyarakat luas maka pamflet dibagi-bagikan di tempat – tempat yang ramai dan strategis. Dapat digunakan tokoh badut "Mc.Donald" untuk membagi-bagikan pamflet ini di mall-mall sehingga dapat

langsung menarik minat orang untuk langsung mencobanya, karena biasanya anak-anak kecil paling suka dengan badut-badut yang lucu.

- Desain :

  - Ukuran ilustrasi : 54,5 x 37 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Skala : 2 : 1.
  - Visualisasi :

    Pewarnaan : cat poster.

    Alat : airbrush, kuas, pensil warna.

    Teknik : brush, plakat.

    Finishing : tusir dan dilapisi fixative glass.

- Format jadi :

  - Ukuran ilustrasi : 27,25 x 18,5 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Bahan : art paper 85 gram.
  - Cetak : 4 warna, finishing dan uv gloss.

- Harga :

- Separasi film 4 warna (CMYK) (30 x 20) x Rp. 150,00	=	Rp	90,000.00	
- Biaya scan gambar	=	Rp	75,000.00	
- 4 plat cetak (4 warna) 4 x Rp. 45.000,00	=	Rp	180,000.00	
		Rp	345,000.00	I
Bahan :				
- Art paper 85 gram ukuran plano (65 x 100 cm) = Rp. 195.000,00 / rim Untuk mencetak 5.000 lb perlu 5 rim 5 x Rp. 195.000,00	=	Rp	975,000.00	II
- Ongkos cetak 5.000 lb 5.000 x Rp. 300,00	=	Rp	1,500,000.00	III
- Ongkos UV Gloss Rp. 0,06 / cm2 (30 x 20) x 5.000 x Rp. 0,06	=	Rp	180,000.00	IV
TOTAL		Rp	3,000,000.00	
PPN 10 %		Rp	300,000.00	
		Rp	3,300,000.00	
Ongkos desain 20 %		Rp	660,000.00	
Ongkos Total Seluruhnya		***Rp***	***3,960,000.00***	

II.3. Billboard Sabun Cair "Noxzema".

II.3.1. Pengertian Proyek Billboard Sabun Cair "Noxzema".

Billboard adalah iklan reklame yang berukuran besar, yang diletakkan di tepi jalan-jalan yang strategis untuk menarik perhatian serta minat orang untuk menyimak pesan-pesan atau produk yang ditawarkan tersebut.

Sedangkan pengertian iklan reklame sendiri menurut Hasan Shadily adalah :

- iklan yang mengandung unsur ekonomis dan psikologis, yang ditujukan pada masyarakat pembeli yang potensial, para pemakai jasa dan penganut ide / sasaran (Ensiklopedi Indonesia, Hasan Shadily, 1982).

Billboard Sabun Cair "Noxzema" bermaksud menawarkan sensasi sabun baru kepada masyarakat, agar masyarakat tertarik untuk mencobanya.

Di era persaingan penawaran yang ketat ini maka produsen harus jeli melihat celah-celah yang dapat membangkitkan minat masyarakat untuk mau membeli produk / jasa yang ditawarkan, maka penggambaean dari iklan billboard ini dibuat sesederhana mungkin dengan menonjolkan produk sabun yang ditawarkan, karena selain untuk memperjelas bentuk produk yang ditawarkan juga iklan billboard "Noxzema" ini berusaha tampil beda dengan iklan billboard sabun yang pernah ada, yang biasanya menggunakan image artis tertentu. Diharapkan dengan visualisasi yang jelas yaitu gambar air dalam gelas dan produk sabun "Noxzema" yang dihubungkan dengan sedotan, maka khalayak diharapkan mampu dengan mudah mencerna penyampaian isi iklan tersebut.

II.3.2. Fungsi Proyek Billboard Sabun Cair "Noxzema".

Billboard ini bertujuan memperkenalkan serta menawarkan pada masyarakat akan adanya produk sabun cair baru yang mengandung pelembab alami untuk kesegaran kulit tubuh. Dengan adanya inovasi baru tersebut maka diharapkan mampu mendobrak pasar sabun cair karena hadirnya alternatif dalam pemilihan produk, karena "Noxzema" sendiri adalah produk import yang telah diproduksi di Indonesia di bawah pengawasan lisensi langsung, tetapi dengan harga standart

Indonesia sehingga dapat dipastikan terjangkau oleh konsumen tingkat menengah sampai ke atas.

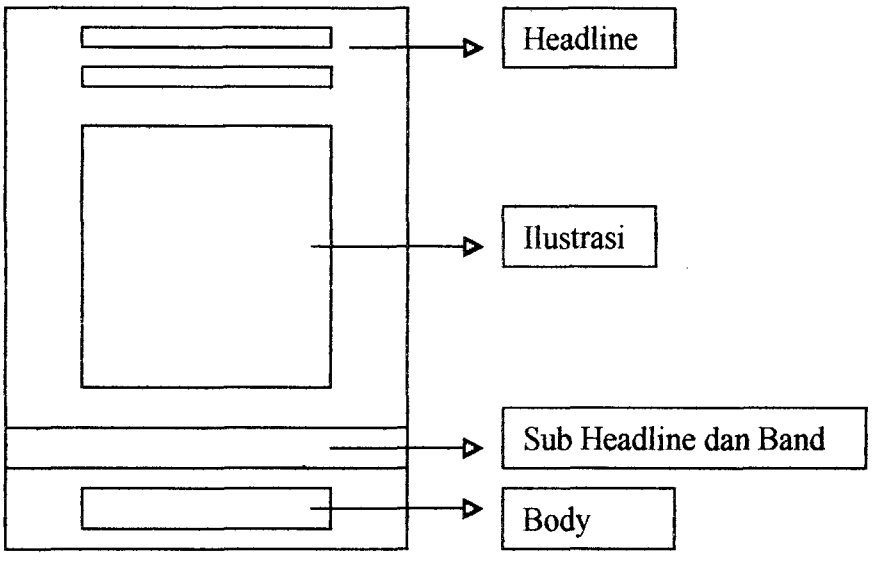
II.3.3. Konsumen Sabun Cair "Noxzema".

Masyarakat kota tingkat menengah ke atas, dari usia remaja sampai dewasa, baik itu laki-laki maupun perempuan.

II.3.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.3.4.1. Data Lay Out Billboard Sabun Cair "Noxzema".

- Komposisi ruang..



Komposisi Simetris.

- Headline.

  Menggunakan font Geneva yang berwarn hitam untuk menunjukkan kesan simpel, sederhana dan tidak kaku.

- Sub Headline.

  Menggunakan font Univers Bold DTC dan berwarna putih.

- Body Copy.

  "Sabun cair yang kaya akan kandungan air dan aroma segar" menjelaskan tentang produk macam apa yang hendak ditawarkan. Penulisan body copy dengan menggunakan font XP Schooner dan berwarna hitam.

- Ilustrasi Visual.

Menampilkan gambar botol kemasan sabun cair berwarna biru navy dan biru midnight dengan gelas yang berisi air yang dihubungkan oleh sedotan dengan background berwarna.

- Band.

Memakai band berwarna hitam dengan tulisan berfont Univers Bold DTC berwarna putih yang bertuliskan ""Noxzema", karena kelembabannya alami".

II.3.4.2. Pemasaran.

Untuk menarik minat masyarakat luas maka billboard dipasang di tempat – tempat yang ramai dan strategis sehingga orang-orang yang melewatinya dapat melihat secara langsung produk yang akan dipasarkan dan kelebihannya dibanding dengan produk lainnya.

- Desain :
  - Ukuran ilustrasi : 35 x 49 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Skala : 1 : 8.
  - Visualisasi :
    - Pewarnaan : cat poster, rugos.
    - Alat : airbrush, pensil warna.
    - Teknik : brush.
    - Finishing : tusir.
- Format jadi :
  - Ukuran ilustrasi : 2,80 x 3,90 m.
  - Posisi : portrait.
- Harga :

Ukuran : papan 2,80 x 3,90 m

- Ongkos pembuatan Billboard			
@ Rp. 600.000,00 x 2 x 2,8 x 3,9	=	Rp	13,104,000.00
- Biaya pemasangan			
@ Rp. 7.000.000,00 x 2 bh	=	Rp	14,000,000.00
TOTAL	=	Rp	27,104,000.00
PPN 10 %	=	Rp	2,710,400.00
	=	Rp	29,814,400.00
Ongkos Desain 20 %	=	Rp	5,962,880.00
Ongkos Total Seluruhnya	=	**Rp**	**35,777,280.00**

II.4. Cover Komik "Generation 2000".

II.4.1. Pengertian Proyek Cover Komik "Generation 2000".

Komik adalah jenis bacaan bergambar yang biasanya ada di dalam majalah, surat kabar atau berbentuk buku.

Pengertian komik menurut Hassan Shadily :

- cerita berupa rangkaian gambar yang terpisah-pisah tetapi berkaitan dalam isi, dapat dilengkapi dengan maupun tanpa naskah (Ensiklopedi Indonesia, jilid 4, Hasssan Shadily, 1983).

Sedangkan cover menurut pengertiannya adalah penutup / sampul.

Jadi cover komik adalah :

- sampul depan yang ada pada komik yang berisi ilustrasi gambar tertentu.

Cover komik biasanya dibuat sedemikian rupa sehingga mampu menarik minat orang untuk membaca dan membeli komik tersebut.

Cover komik dari "Generation 2000" ini menonjolkan visualisasi gambar dari remaja-remaja kota besar dengan gaya yang khas dengan segala macam atribut yang dikenakan untuk menunjukkan identitas diri mereka.

Sebagaimana dengan kehidupan para remaja dengan segala permasalahannya, maka komik "Generation 2000" ini menampilkan semua dilema-dilema dan kehidupan remaja secara menghibur maka tidak lepas dari latar belakang isi cover komik ini dibuat penuh dengan warna-warna yang menyolok dan kontras yang mampu mewakili jiwa muda remaja.

II.4.2. Fungsi Proyek Cover Komik "Generation 2000".

Dengan banyaknya komik-komik Jepang yang masuk dalam dunia bacaan hiburan di Indonesia maka praktis semua pangsa bacaan hiburan Indonesia terorientasi pada komik-komik Jepang. Dengan pemunculan komik "Generation 2000" yang merupakan saduran dari komik yang berbahasa Inggris menawarkan suasana yang lain yang sifatnya menghibur serta mendidik dengan menyoroti kehidupan dan semua permasalahan yang dialami oleh para remaja pada umumnya. Hal tersebut dijadikan acuan dalam persaingan pemasaran komik

karena cerita yang ditawarkan lebih dekat dengan dunia nyata yang sangat mungkin untuk terjadi.

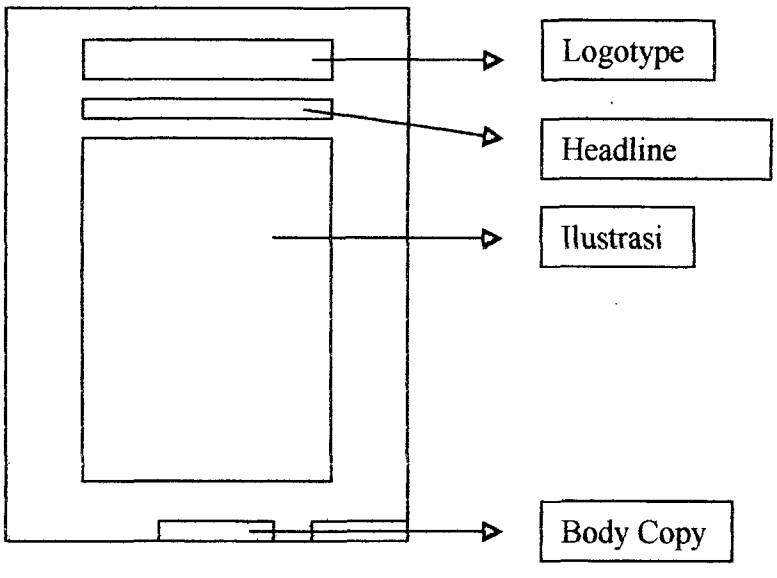
II.4.3. Konsumen Cover Komik "Generation 2000".

Para remaja perkotaan besar, yang umumnya golongan menengah ke atas dengan spesifikasi usia 15 – 20 tahun.

II.4.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.4.4.1. Data Lay Out Cover Komik "Generation 2000".

- Komposisi ruang.



Komposisi Simetris.

- Sub Headline.

  Diletakkan di bawah headline dengan judul "Terjebak" memakai font Goudy Heavyface Digital berwarna merah.

- Body Copy.

  Body Copy harga menggunakan font Helvetica terletak di pojok kanan bawah sedangkan body copy untuk penerbit menggunakan font Univers Condensed terletak di tengah bawah.

- Logotype.

  "Generation 2000" yang berwarna light green bertipe font XP Techno yang mengesankan futuristik dan dinamis.

- Ilustrasi Visual.

  Menggunakan ilustrasi gambar anak muda yang sedang bergaya dengan warna-warna yang mencolok dan dinamis dengan background berwarna hitam untuk mengimbangi warna ilustrasi yang " ramai ".

II.4.4.2. Pemasaran.

Untuk menarik minat masyarakat luas maka cover majalah "Generation 2000" dapat di tempatkan di halaman-halaman akhir majalah lain untuk menarik minat remaja.

- Desain :
  - Ukuran ilustrasi : 60 x 41 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Skala : 2 : 1.
  - Visualisasi :
    - Pewarnaan : cat poster.
    - Alat : airbrush, kuas, pensil warna.
    - Teknik : brush, plakat, tusir.
    - Finishing : tusir dan dilapisi fixative glass.
- Format jadi :
  - Ukuran ilustrasi : 30 x 20,5 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Bahan : art paper 80 gram.
  - Cetak : 4 warna, finishing dan UV Gloss.

- Harga :

- Separasi film 4 warna (CMYK)				
(32 x 23) x Rp. 150,00	=	Rp	110,400.00	
- Biaya scan gambar	=	Rp	75,000.00	
- 4 plat cetak (4 warna)				
4 x Rp. 45.000,00	=	Rp	180,000.00	
		Rp	365,400.00	I
Bahan :				
- Art paper 150 gram ukuran plano (65 x 100 cm)				
= Rp. 400.000,00 / rim				
Untuk mencetak 5.000 lb perlu 5 rim				
5 x Rp. 400.000,00	=	Rp	2,000,000.00	II
- Ongkos cetak 5.000 lb				
5.000 x Rp. 300,00	=	Rp	1,500,000.00	III
- Ongkos UV Gloss Rp. 0,06 / cm2				
(32 x 23) x 5.000 x Rp. 0,06	=	Rp	220,800.00	IV
TOTAL		Rp	4,086,200.00	
PPN 10 %		Rp	408,620.00	
		Rp	4,494,820.00	
Ongkos desain 20 %		Rp	898,964.00	
Ongkos Total Seluruhnya		***Rp***	***5,393,784.00***	

II.5. Iklan Minuman Ringan "Vibe" di Majalah.

II.5.1. Pengertian Proyek Iklan Minuman Ringan "Vibe" di Majalah.

Definisi iklan menurut Hassan Sadili adalah :

- pesan-pesan yang disampaikan oleh perorangan, kelompok, perusahaan atau badan-badan pemerintah, dalam suatu harian, penerbitan berskala atau barang cetakan yang diedarkan secara luas, atas dasar kontrak pembayaran : disebut juga advertensi (Ensiklopedi Indonesia, Jilid 3, Hassan Sadili, 1982).

Sedangkan definisi majalah adalah :

- surat kabar berkala yang terbit mingguan, bulan (W.J.S. Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, 1987).
- suatu penerbitan berkala yang menyajikan liputan jurnalistik dan artikel berisi informasi dan opini membahas berbagai aspek kehidupan (Ensiklopedi Nasional Indonesia, PT. Cipta Adi Pustaka, 1990).

Alasan dipilihnya iklan melalui majalah karena majalah dibaca oleh pembaca berpendidikan dengan tingkat pendapatan menengah ke atas (Rhenald Kasali, 1982) dan juga karena waktu edar majalah yang panjang (Rhenald Kasali, 1983),

iklan di majalah diharapkan mampu menjangkau publik sasaran sebanyak-banyaknya.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut maka pengiklanan melalui media majalah dianggap cukup efektif karena tingkat pendapatan pembaca dianggap mampu membeli daripada produk yang diiklankan. Demikian juga dengan iklan minuman ringan "Vibe" sebagai minuman kesehatan yang mengandung Beta Carotine (Vitamin yang terdapat di dalam buah-buahan yang berwarna kuning) dan Vitamin C, sebagai salah satu vitamin yang tidak bisa diproduksi sendiri oleh tubuh.

Iklan minuman ringan ini ditampilkan di majalah-majalah dengan konsumen remaja misalnya majalah Hai, Gadis, Kawanku. Dimana karena kesibukan aktifitas sehari-hari diperlukan minuman yang dapat menunjang pemenuhan kebutuhan vitamin C dalam tubuh.

II.5.2. Fungsi Proyek Iklan Minuman Ringan "Vibe" di Majalah.

Memperkenalkan dan menawarkan suatu jenis minuman ringan yang dapat dikategorikan pula dalam minuman kesehatan karena kandungan dari beta carotine dan vitamin C yang dalam minuman tersebut.

Jika selama ini minuman kesehatan sering dikaitkan dengan minuman susu berfrementasi, maka untuk minuman "Vibe" mencoba menawarkan rasa buah segar dengan kandungan vitamin yang ada yang mampu meningkatkan stamina tubuh.

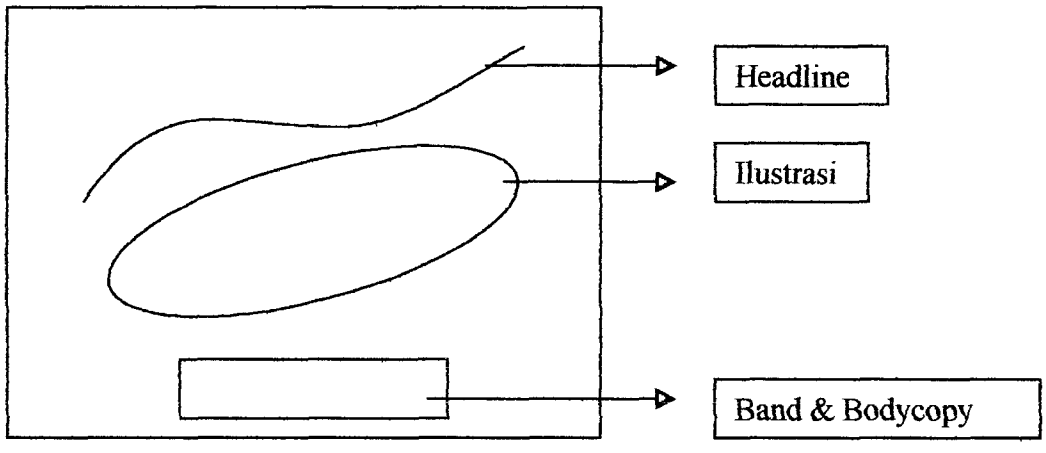
III.5.3. Konsumen Minuman Ringan "Vibe".

Remaja daerah perkotaan dari tingkat ekonomi menengah sampai ke atas.

III.5.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.5.4.1. Data Lay Out Iklan Minuman Ringan "Vibe" di Majalah.

- Komposisi ruang.



Komposisi Simetris.

- Headline.

  Dengan penempatan yang dinamis, headline ditulis dengan font Helvetica Bold berwarna hitam dan font Goudy Heavyfave DTC berwarna merah Carmine.

- Sub Headline.

  Masih menggunakan font yang sama yaitu Helvetica Bold berwarna hitam dan font Goudy Heavyfave DTC berwarna merah Carmine yang ditempatkan di dalam band berwarna putih dengan tepian hitam.

- Ilustrasi Visual.

  Dengan gambar karpet yang menggelinding, dengan botol kemasan "Vibe" yang hampir tumpah cukup mengesankan ilustrasi yang hidup dan dinamis, background yang berwarna cerah yaitu light yellow yang bergradasi dengan warna yellow ochre mampu menrik perhatian dengan kombinasi visualisasi obyek yang kontras dengan dominasi warna merah.

- Band.

  Berwarna putih dengan tepian hitam dengan bodycopy terdapat di dalamnya.

II.5.4.2. Pemasaran.

Untuk menarik remaja-remaja agar mengkonsumsi minuman yang sehat dan bervitamin yang berguna maka iklan ditempatkan di majalah-majalah remaja yang mempunyai banyak pembaca.

- Desain :
  - Ukuran ilustrasi : 53 x 40 cm.
  - Posisi : landscape.
  - Skala : 2 : 1.
  - Visualisasi :
    - Pewarnaan : cat poster.
    - Alat : airbrush, kuas, pensil warna.
    - Teknik : brush, plakat, dusel.
    - Finishing : tusir dan dilapisi fixative glass.
- Format jadi :
  - Ukuran ilustrasi : 21 x 27 cm.
  - Posisi : landscape.
  - Bahan : art paper 80 gram.
  - Cetak : 4 warna, finishing dan UV Gloss.

- Harga :

- Separasi film 4 warna (CMYK)				
(23 x 30) x Rp. 150,00	=	Rp	103,500.00	
- Biaya scan gambar	=	Rp	75,000.00	
- 4 plat cetak (4 warna)				
4 x Rp. 45.000,00	=	Rp	180,000.00	
		Rp	358,500.00	I
Bahan :				
- Art paper 85 gram ukuran plano (65 x 100 cm)				
= Rp. 195.000,00 / rim				
Untuk mencetak 10.000 lb perlu 10 rim				
10 x Rp. 195.000,00	=	Rp	1,950,000.00	II
- Ongkos cetak 10.000 lb				
10.000 x Rp. 300,00	=	Rp	3,000,000.00	III
- Ongkos pemuatan di majalah	=	Rp	12,000,000.00	IV
- Jasa pemuatan iklan di majalah 20 % x IV	=	Rp	2,400,000.00	
TOTAL		Rp	19,708,500.00	
PPN 10 %		Rp	1,970,850.00	
		Rp	21,679,350.00	
Ongkos desain 20 %		Rp	4,335,870.00	
Ongkos Total Seluruhnya		***Rp***	***26,015,220.00***	

II.6. Poster Perlindungan Budaya Lokal "Wayang Kulit Yogyakarta".

II.6.1. Pengertian Poster Perlindungan Budaya Lokal "Wayang Kulit Yogyakarta".

Poster adalah iklan sederhana dan jelas yang didesain supaya mudah dimengerti, mengiklankan sebuah event, produk dan pelayanan. Sebuah poster harus mampu mengkombinasikan unsur visual secara efektif dengan pesan yang dikomunikasikan secara konsisten, mampu bersaing untuk mendapatkan publik sasaran di tengah banyaknya bentuk visual yang lain, untuk menerima pesan dari penyampai pesan / pengiklan (Ensiklopedi Indonesia, 1959).

Umumnya berbentuk kertas tercetak, dipasang di tempat-tempat yang mudah terlihat orang banyak. Keberhasilan poster terletak pada kesederhanaannya (Ensiklopedi Indonesia, 1980). Mengingat ruang lingkup pemasaran dari poster yang diedarkan di kota-kota besar di Jawa seperti Jakarta, Surabaya, Semarang dan kota-kota besar lainnya, maka untuk poster tentang perlindungan budaya lokal, penulis memilih kebudayaan Jawa, yaitu wayang kulit yang berasal dari

Yogyakarta. Pemilihan wayang sebagai obyek yang ditampilkan dalam poster karena sosok wayang dalam kehidupan masyarakat, terutama masyarakat Jawa, amatlah lekat dan seakan menjadi simbol-simbol kehidupan baik kebaikan maupun kejahatan manusia.

II.6.2. Fungsi Proyek Poster Perlindungan Budaya Lokal "Wayang Kulit Yogyakarta".

Sebagai poster yang bertemakan sosial, maka poster ini bertujuan untuk menghimbau dan mengajak masyarakat untuk ikut peduli dan mengambil bagian dalam usaha melestarikan kekayaan kekayaan budaya bangsa, yang makin lama makin tersisihkan karena adanya kemajuan teknologi sehingga satu persatu kebudayaan yang diwariskan oleh nenek moyang kita hilang tanpa ada yang berusaha untuk menjaga dan melestarikannya.

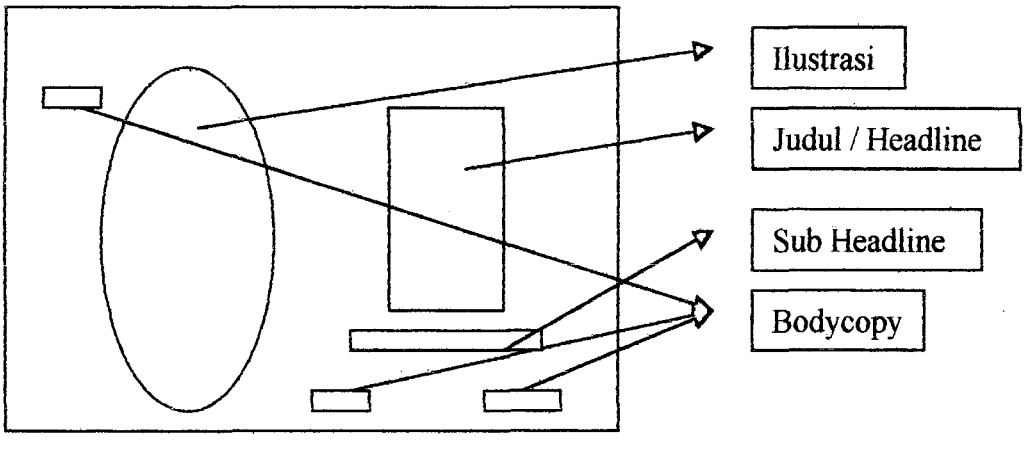
II.6.3. Konsumen "Wayang Kulit Yogyakarta".

Semua lapisan masyarakat, baik masyarakat tingkat menengah ke bawah dan tingkat menengah ke atas, menjangkau semua unsur dan tinggal di wilayah Jawa.

II.6.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.6.4.1. Data Lay Out Poster "Wayang Kulit Yogyakarta".

- Komposisi ruang.



Komposisi Asimetris.

- Headline.

"Budaya Bangsa Kekayaan Kita" dengan dasar font Cheltenham Italic yang dibentuk seperti aksara Jawa dengan warna gradasi kuning ochre dan burnt sienna yang mengesankan warna-warna tradisional jawa sehingga huruf tersebut terkesan natural.

- Sub Headline.

  Memakai font Univers Condensed berwarna putih.

- Body Copy.

  ""Wayang Kulit Yogyakarta"" terletak di sebelah kiri ilustrasi, Arjuna terletak di bawah ilustrasi dan Visi Indonesia Peduli di bawah headline dengan font Univers Condensed berwarna putih.

- Logotype.

  Visi Indonesia Peduli.

- Ilustrasi Visual.

  Menggunakan tokoh pewayangan Arjuna yang ditampilkan dengan bayangan berwarna hitam pada background yang bergradasi dari kuning ochre dan burnt sienna.

II.6.4.2. Pemasaran.

Untuk menarik minat masyarakat luas maka poster ini dapat di tempatkan di jalan-jalan yang banyak dilalui orang sehingga orang dapat langsung melihatnya.

- Desain :
  - Ukuran ilustrasi : 40 x 54 cm.
  - Posisi : landscape.
  - Skala : 1,5 : 1.
  - Visualisasi :
    - Pewarnaan : cat poster.
    - Alat : airbrush, kuas.
    - Teknik : brush, basah, dusel.
    - Finishing : tusir dan dilapisi fixative glass.
- Format jadi :
  - Ukuran ilustrasi : 60 x 81 cm.
  - Posisi : landscape.
  - Bahan : art paper 150 gram.

- Cetak : 4 warna, finishing dan UV Gloss.

- Harga :

- Separasi film 4 warna (CMYK)				
(60 x 81) x Rp. 150,00	=	Rp	729,000.00	
- Biaya scan gambar	=	Rp	75,000.00	
- 4 plat cetak (4 warna)				
4 x Rp. 45.000,00	=	Rp	180,000.00	
		Rp	984,000.00	I
Bahan :				
- Art paper 150 gram ukuran plano (65 x 100 cm)				
= Rp. 400.000,00 / rim 1 plano = 1 lbr				
Untuk mencetak 5.000 lb perlu 10 rim				
10 x Rp. 400.000,00	=	Rp	4,000,000.00	II
- Ongkos cetak 5.000 lb				
5.000 x Rp. 300,00	=	Rp	1,500,000.00	III
- Ongkos UV Gloss Rp. 0,06 / cm2				
(60 x 82) x 5.000 x Rp. 0,06	=	Rp	1,476,000.00	IV
TOTAL		Rp	7,960,000.00	
PPN 10 %		Rp	796,000.00	
		Rp	8,756,000.00	
Ongkos desain 20 %		Rp	1,751,200.00	
Ongkos Total Seluruhnya		***Rp***	***10,507,200.00***	

II.7. Cover Kaset "Shamisen".

II.7.1. Pengertian Proyek Cover Kaset "Shamisen".

Cover kaset adalah bagian dari packaging dan merupakan elemen terpenting karena berfungsi sebagai pembawa informasi tentang isi sebuah disket. Melalui cover kaset, diharapkan orang dapat mengetahui tentang musik macam apa yang terdapat di dalamnya, sehingga setiap musik mempunyai ciri khas tersendiri yang dapat membedakan dengan jenis musik yang lain. Sedemikian pentingnya pula peranan cover kaset sehingga tampilan visualisasi yang menarik akan mendapatkan perhatian lebih dari konsumen untuk mengetahui lebih jauh tentang apa yang terdapat di dalam kaset tersebut.

Pada proyek cover kaset "Shamisen", yang lebih ditonjolkan adalah visualisasi gambar, yang disini adalah gambar pemain opera "Kabuki" dengan kostum yang berwarna mencolok. Penampilan gambar dari pemain opera "Kabuki" tersebut tidak lepas dari jenis musik yang ditawarkan dalam kaset "Shamisen", yakni musik tradisional Jepang. Nama "Shamisen" sendiri adalah

jenis musik tradisional Jepang yang biasanya mengiringi pementasan opera "Kabuki" dengan menggunakan alat musik koto (semacam kecapi tradisional Jepang) dan seruling (Japan as it is a bilingual guide, Gakken Co Publishers, 1990). Kaset "Shamisen" ini menawarkan warna musik yang berbeda dari apa yang telah ada karena sentuhan-sentuhan ethic Jepang yang begitu kental karena diambil langsung dari pementasan opera "Kabuki" yang terkenal dengan judul Tenku sehingga kini orang dapat mengetahui bagaimana musik Jepang yang sebenarnya.

II.7.2. Fungsi Proyek Cover Kaset "Shamisen".

Pemunculan perdana dari kaset "Shamisen" berfungsi sebagai penawaran bagi penikmat musik klasik Jepang, mengingat pemasaran kaset tersebut di negara asalnya yaitu Jepang, maka hadirnya kaset "Shamisen" bisa dikatakan sebagai pelengkap koleksi bagi para penikmat musik tersebut karena Jepang sebagaimana yang dikenal adalah negara termaju di Asia dengan adat kebudayaan yang masih melekat kuat di tengah majunya era teknologi pada masa sekarang ini, maka untuk laju perkembangan seni musik tradisional masih mendapatkan minat dan perhatian yang cukup besar dari masyarakatnya.

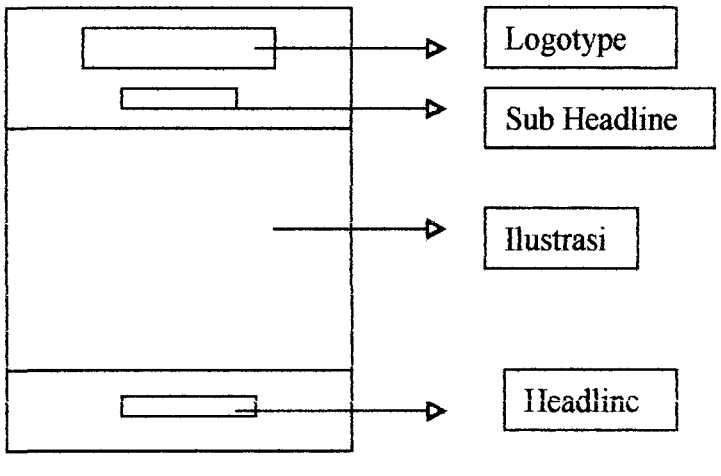
II.7.3. Konsumen Kaset "Shamisen".

Para penikmat musik klasik / tradisional di negara Jepang, yang umumnya golongan menengah ke atas dengan spesifikasi usia 25 – 75 tahun.

II.7.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.7.4.1. Data Lay Out Poster "Wayang Kulit Yogyakarta".

- Komposisi ruang.



Komposisi Simetris.

- Headline.

  Yang beruliskan "Original Music From "Kabuki"'s Theather : TENKU" ditulis dengan font XP Compacta berwarna putih memperjelas kedudukan musik tersebut sebagai pengiring opera "Kabuki".

- Sub Headline.

  Penulisan Sub Headline "Traditional Japanese Instrumental" dengan warna hitam dan font tipe XP Compacta dan diletakkan di bawah headline / judul utama.

- Logotype.

  "Shamisen" adalah logotype dari cover kaset ini.

- Ilustrasi Visual.

  Menggunakan gambar pemain opera "Kabuki" yang berkostum lengkap dengan penonjolan pada warna yang mencolok dan menarik perhatian.

II.7.4.2. Pemasaran.

- Desain :

  - Ukuran ilustrasi : 54,5 x 37 cm.
  - Posisi : portrait.
  - Skala : 10 : 1.
  - Visualisasi :
    - Pewarnaan : cat poster, tinta.
    - Alat : airbrush, rapido, pensil warna, kuas.
    - Teknik : brush, basah, plakat.
    - Finishing : tusir dan dilapisi fixative glass.

- Format jadi :

  - Ukuran ilustrasi : 10,5 x 7 cm.
  - Posisi : landscape.
  - Bahan : art paper 210 gram.
  - Cetak : 4 warna, finishing dan UV Gloss.

- Harga :

- Separasi film 4 warna (CMYK)				
(12 x 9) x Rp. 150,00	=	Rp	16,200.00	
- Biaya scan gambar	=	Rp	75,000.00	
- 4 plat cetak (4 warna)				
4 x Rp. 45.000,00	=	Rp	180,000.00	
		Rp	271,200.00	I
Bahan :				
- Art paper 210 gram ukuran plano (109 x 79 cm)				
= Rp. 750.000,00 / rim, 1 plano = 6 lb				
Untuk mencetak 5.000 lb perlu 2 rim				
2 x Rp. 750.000,00	=	Rp	1,500,000.00	II
- Ongkos cetak 5.000 lb				
5.000 x Rp. 300,00	=	Rp	1,500,000.00	III
- Ongkos UV Gloss Rp. 0,06 / cm2				
(12 x 9) x 5.000 x Rp. 0,06	=	Rp	32,400.00	IV
TOTAL		Rp	3,303,600.00	
PPN 10 %		Rp	330,360.00	
		Rp	3,633,960.00	
Ongkos desain 20 %		Rp	726,792.00	
Ongkos Total Seluruhnya		***Rp***	***4,360,752.00***	

II.8. Leaflet Mobil Hyundai "Coupe 8".

II.8.1. Pengertian Proyek Leaflet Mobil Hyundai "Coupe 8".

Leaflet umumnya terdiri dari selembar kertas berukuran standart 8,5 x 11 inch (21,59 x 27,94 cm) dicetak satu sisi atau bolak-balok dan dilipat dalam satu atau beberapa lipatan. Biasanya merupakan pesan pemasaran dari suatu perusahaan dan dipakai sebagai keterangan tambahan atau penjelasan dari isi informasi yang disampaikan (Contemporary Advertising, Bov'ee / Arens, Irwin, 1989).

Berdasarkan pengertian tersebut maka leaflet mobil Hyundai "Coupe 8" bertujuan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mobil terbaru dari Hyundai dengan type "Coupe 8" kepada konsumen. Hyundai sebagai perusahaan mobil terkemuka yang berasal dari Korea, maka dapat dipastikan mampu bersaing dengan perusahaan mobil import lainnya yang ada di Indonesia yang didominasi oleh mobil buatan Jepang.

Untuk membantu pemasaran dan memperluas informasi tentang type mobil "Coupe 8" yang baru beredar di Indonesia, maka Hyundai mempromosikan

melalui media leaflet yang menampilkan gambaran dan informasi seputar mobil "Coupe 8".

II.8.2. Fungsi Proyek Leaflet Mobil Hyundai "Coupe 8".

Memberikan informasi dan memperkenalkan tentang produk terbaru dari Hyundai yang diberi nama "Coupe 8" yang disertai inovasi-inovasi terbaru yang menjamin kenyamanan, keindahan dan keamanan dalam melakukan perjalanan dengan mobil "Coupe 8".

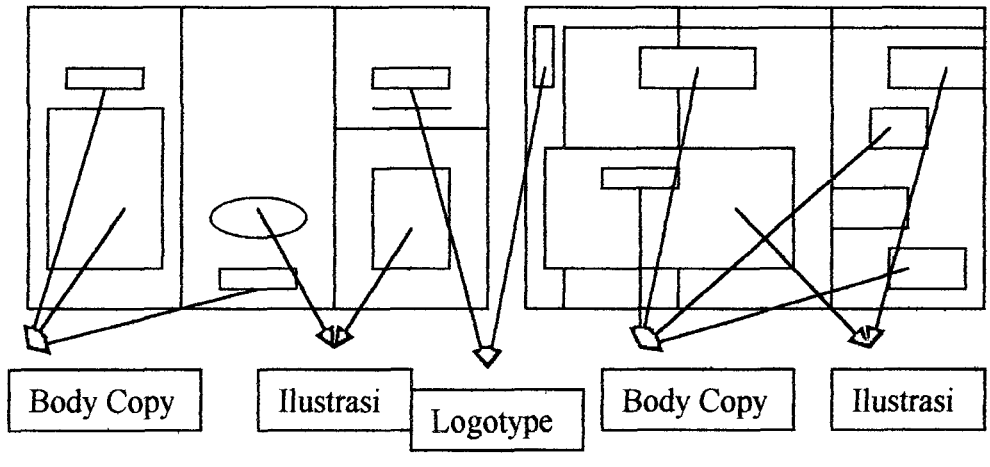
II.8.3. Konsumen Mobil Hyundau "Coupe 8".

Para eksekutif usia 25 tahun ke atas di perkotaan besar yang menginginkan mobil yang benar-benar nyaman dan aman serta bergengsi.

II.8.4. Konsep Perencanaan Visual.

II.8.4.1. Data Lay Out Poster "Wayang Kulit Yogyakarta".

- Komposisi ruang.



Komposisi Asimetris.

- Logotype.

Hyundai "Coupe 8".

- Ilustrasi Visual.

Menggunakan gambar mobil "Coupe 8" dengan teknik sudut pandang yang diambil dari bawah serta tampilan mobil tampak atas untuk sampul depan leaflet.

11.8.4.2. Pemasaran.

Dapat dipasarkan di pertokoan-pertokoan kelas menengah ke atas dan showroom-showroom mobil.

- Desain :

  - Ukuran ilustrasi : 43 x 60 cm.
  - Posisi : landscape.
  - Skala : 2 : 1.
  - Visualisasi :

    Pewarnaan : cat poster.

    Alat : airbrush, pensil warna, kuas.

    Teknik : brush, basah, plakat.

    Finishing : tusir dan dilapisi fixative glass.

- Format jadi :

  - Ukuran ilustrasi : 21,5 x 30 cm.
  - Posisi : landscape.
  - Bahan : art paper 210 gram.
  - Cetak : 4 warna, finishing dan UV Gloss.

- Harga :

- Separasi film 4 warna (CMYK)				
2 x (32 x 23) x Rp. 150,00	=	Rp	220,800.00	
- Biaya scan gambar	=	Rp	75,000.00	
- 4 plat cetak (4 warna)				
4 x Rp. 45.000,00	=	Rp	180,000.00	
		Rp	475,800.00	I
Bahan :				
- Art paper 210 gram ukuran plano (109 x 79 cm)				
= Rp. 750.000,00 / rim, 1 plano = 4 lb				
Untuk mencetak 2 x 2.500 lb perlu 2,5 rim				
2,5 x Rp. 750.000,00	=	Rp	1,875,000.00	II
- Ongkos cetak 2 x 2.500 lb				
2 x 2.500 x Rp. 300,00	=	Rp	1,500,000.00	III
- Ongkos UV Gloss Rp. 0,06 / cm2				
2 x (32 x 23) x 5.000 x Rp. 0,06	=	Rp	220,800.00	IV
TOTAL		Rp	4,071,600.00	
PPN 10 %		Rp	407,160.00	
		Rp	4,478,760.00	
Ongkos desain 20 %		Rp	895,752.00	
Ongkos Total Seluruhnya		***Rp***	***5,374,512.00***	