

BAB II

TINJAUAN PROYEK

1. KARTU UCAPAN '*PERNIKAHAN*'

1.1 Pengertian

Kartu adalah kertas yang berisi data atau keterangan sesuai dengan namanya (Sulchan Yasyin, 1995 : 106).

Ucapan adalah perkataan, yaitu bunyi ujaran yang dihasilkan oleh alat ucap yang mengandung makna dan unsur sebuah kalimat (Yasyin, 1995 : 107).

Pernikahan adalah perjanjian antara pria dan wanita untuk menjadi suami istri yang sah (W.S.Poerwadarminta, 1982 : 676).

Jadi kartu ucapan pernikahan adalah kertas yang berisi data atau keterangan atau keterangan berupa bunyi ujaran yang dihasilkan oleh alat ucap yang mengandung makna tentang perjanjian antara pria dan wanita untuk menjadi suami istri.

1.2 Fungsi

Fungsi kartu ucapan pernikahan ini untuk diberikan kepada pasangan pengantin baru dimana kartu tersebut diberikan oleh orang tua, saudara, sahabat dan lain-lain.

1.3 Konsumen

Di sini kedudukan konsumen sebagai pemberi kartu.

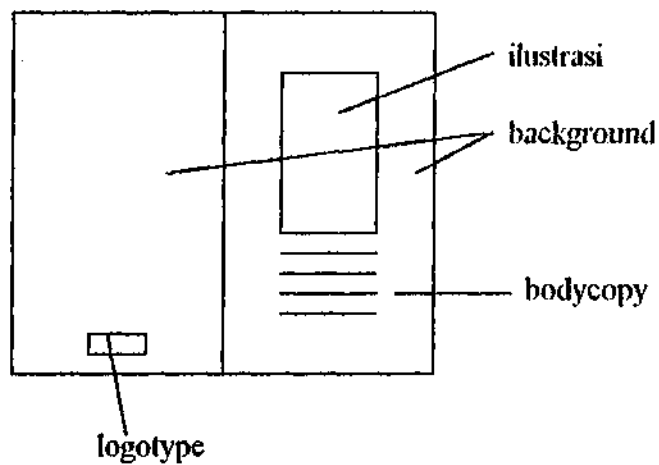
Sasaran konsumen adalah pria dan wanita dari kelas menengah ke atas dan berusia 13 tahun ke atas. Konsumen adalah mereka yang tinggal di kota-kota besar Indonesia dan bergaya hidup modern.

1.4 Konsep Perencanaan Visual / Data Layout

1.4.1 Komposisi Ruang

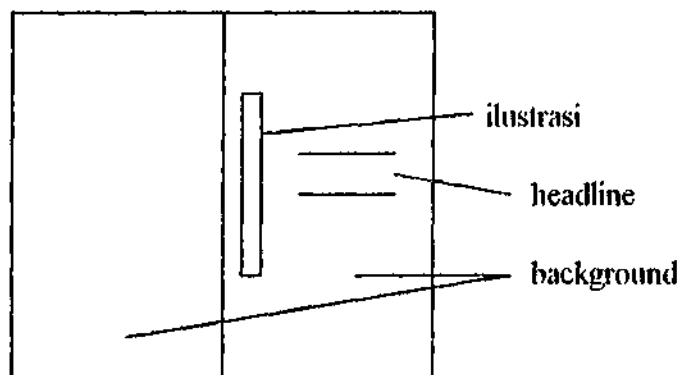
Komposisi yang digunakan adalah komposisi simetris karena penerima kartu adalah orang yang sudah dewasa.

COVER DEPAN-LUAR



COVER BELAKANG -LUAR

COVER BELAKANG-DALAM



COVER DEPAN-DALAM

1.4.2 Headline

Diletakkan di cover belakang bagian dalam berupa 'Selamat Menempuh Hidup Baru'.

Headline menggunakan model huruf *Calligraphy Pen* yang memberikan kesan akrab.

Warna yang digunakan adalah hitam yang memberikan kesan serius (Drs.H.Th.Verbeek, S.J, 1978 : 34). Dengan kesan tersebut penerima menjadi tertarik dan ingin mengetahui siapa sang pengirim.

Pewarnaan menggunakan teknik blok.

1.4.3 Bodycopy

Diletakkan pada cover depan bagian luar, yaitu :

Cincin tanda cinta kasih sejati

T'lah melingkar dijemari

Cincin tanda cinta kasih sejati

T'lah mengikat dua hati

Menggunakan model huruf yang sama dengan headline dengan warna bodycopy hitam yang memberikan kesan serius (Drs.H.Th.Verbeek, 1978 : 34) karena berupa ucapan selamat.

Teknik pewarnaan adalah teknik blok.

1.4.4 Logotype

Berupa logotype 'ROXI design', perusahaan kartu dari Indonesia yang diletakkan pada cover belakang bagian luar dengan warna aslinya.

1.4.5 Background

Menggunakan warna biru pada cover depan yang merupakan warna dari awan dengan teknik dusel

Sedangkan cover bagian yang lain menggunakan warna putih dengan teknik airbrush.

1.5 Ilustrasi Visual

Menampilkan tangan pria dan wanita yang bergandengan dimana sang wanita memakai sebuah cincin. Alasan penggunaannya adalah sebagai tanda pernikahan. Ilustrasi diletakkan pada cover depan bagian luar.

Cover belakang bagian dalam menggunakan ilustrasi bunga mawar merah sebagai lambang cinta.

Ilustrasi menggunakan teknik dusel.

1.6 Kriteria Disain

Disain :

- a. Ukuran kartu : 30 x 40 cm
- b. Posisi : vertikal
- c. Skala : 2,5 : 1
- d. Visualisasi : - Pewarnaan : cat poster
- Alat : kuas dan airbrush
- Teknik : blok dan dusel.

Format Jadi :

- a. Ukuran kartu : 12 x 16 cm
- b. Posisi : vertikal
- c. Bahan : art paper 300 gr.

d. Cetak : 4 warna

1.7 Pemasaran

Kartu pernikahan tersebut akan dipasarkan di toko buku ternama seperti Gramedia dan Gunung Agung, selain itu juga di pasar swalayan.

1.8 Perkiraan Harga

Film separasi warna dan plate cetak :

a. Film separasi warna CMYK

(24 x 16 x 2 x Rp.200,00) x 4

b. Paper plate warna 4 buah

4 x Rp15.000

Total (I) Rp. 674.400,00

Bahan baku

a. Art paper 300 gr ukuran plano (109 x 79)

1 lembar plano dapat digunakan untuk 10 lembar kartu
untuk mencetak 10.000 kartu diperlukan 2 rim

(2 x Rp.400.000,00) (II) Rp. 800.000,00

b. Biaya cetak 4 warna Rp.200,00 per sisi

(10.000 x Rp.200,00) (III)Rp. 6.000.000,00

Total I, II, III Rp. 7.474.400,00

PPN 10 % Rp. 747.440,00

General Total Rp. 8.221.840,00

Biaya disain 20 % Rp. 1.644.368,00

Total Biaya Produksi Rp.9.866.208,00

2. PENUTUP BAN RODA MOBIL MINUMAN RINGAN

'COCA-COLA'

2.1 Pengertian

Ban roda atau *tire cover* adalah penutup untuk roda, biasanya terbuat dari karet penguat dengan tali nilon, serat kaca atau bahan lain dan diisi dengan tekanan udara (William Morris, 1991 : 1273).

Penutup atau *cover* adalah sesuatu yang ditempatkan di atas atau di bawah benda bertujuan untuk melindungi atau menyembunyikan (Morris, 1991 : 334).

Menurut William.T.Mc.Leod, *mobil* adalah alat angkut darat yang memiliki tenaga penggerak sendiri, dirancang untuk mengangkut penumpang dan tenaganya berasal dari mesin pembakaran dalam (1987 : 145).

Minuman ringan atau *soft drink* adalah minuman yang terbuat dari air soda, penyedap rasa atau sirup manis (Webster's, 1991 : 1119).

Dalam kamus Webster's disebutkan bahwa *coca-cola* adalah minuman ringan berkarbonat yang terdiri dari gula, kafein, asam fosfor atau asam sitrus, karamel dan penyedap rasa dari sari buah kola serta daun coca (1991 : 258).

Coca-Cola dibuat pertama kali pada tahun 1886 oleh Dr.John.S.Pemberton, ahli farmasi dari Atlanta, Georgia, Amerika (Courtland.L.Bovee, 1986 : 4).

Jadi penutup ban roda mobil adalah sesuatu untuk melindungi atau menyembunyikan yang ditempatkan di atas penutup untuk roda alat angkut darat dengan tenaga berasal dari mesin pembakaran dalam dan pada penutup ban roda tersebut terdapat iklan minuman ringan berkarbonat yang dibuat pertama kali pada tahun 1886 oleh Dr.John.S.Pemberton, ahli farmasi dari Atlanta, Georgia, Amerika.

2.2 Fungsi

Fungsi penutup ban roda mobil selain sebagai pelindung atau untuk menyembunyikan ban roda, juga untuk mempromosikan Coca-Cola sebagai salah satu produk minuman yang sudah mendunia.

2.3 Konsumen

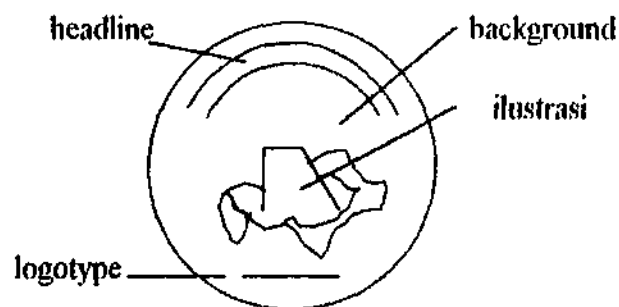
Sasaran konsumen minuman Coca-Cola adalah pria dan wanita segala usia dalam kelas ekonomi menengah ke atas serta berdomisili dari desa hingga perkotaan.

Sasaran konsumen penutup ban roda mobil adalah pria dan wanita dalam kelas ekonomi menengah ke atas dan hidup di perkotaan.

2.4 Konsep Perencanaan Visual / Data Layout

2.4.1 Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi asimetris karena produk yang ditampilkan adalah minuman ringan untuk segala usia.



2.4.2 Headline

Diletakkan di atas ilustrasi visual.

Menggunakan huruf jenis *Folio Bold* dari model huruf Sans Serif.

Model huruf ini menarik untuk wajah judul (Dendi Sudiana, 1986 : 60).

Headline ' Maha Karya Abad Lalu ' berwarna kuning yang mencerminkan kehangatan (Sudiana, 1986 : 39). Hal ini mencerminkan bahwa produk tersebut populer dalam masyarakat.

Pewarnaan menggunakan teknik blok.

2.4.3 Logotype

Berupa logotype Coca-Cola yang diletakkan di bawah ilustrasi visual.

Menggunakan warna asli logotype tersebut.

Teknik yang digunakan adalah teknik blok.

2.4.4 Background

Menggunakan warna merah yang menurut Drs.H.Th.Verbeek, S.J memberi kesan merangsang dan membangkitkan aktivitas (1978 : 34). Bertujuan untuk merangsang keingintahuan konsumen yang pada akhirnya akan membangkitkan aktivitas membeli produk tersebut. Teknik yang digunakan adalah teknik airbrush.

2.5 Ilustrasi Visual

Menggunakan ilustrasi botol Coca-Cola karena produk yang digemari adalah dalam kemasan botol.

Menggunakan warna asli kemasan tersebut dengan teknik dusel.

2.6 Kriteria Desain

Disain :

- a. Ukuran penutup ban roda : diameter 44 cm
- b. Posisi : vertikal
- c. Skala : 1 : 1,5
- d. Visualisasi : - Pewarnaan : cat poster
- Alat : kuas dan airbrush
- Teknik : blok dan dusel

Format Jadi

- a. Ukuran penutup ban roda : diameter 66 cm
- b. Posisi : vertikal
- c. Bahan : kulit sintetis
- d. Cetak : 4 warna

2.7 Pemasaran

Penutup ban roda diberikan secara gratis dalam acara promosi produk Coca-Cola atau sebagai hadiah undian.

2.8 Perkiraan Harga

Film separasi dan plate cetak

- a. Film separasi warna CMYK

(3,14 x 33) x Rp.200,00

- b. Plate warna 4 buah

4 x Rp.45.000,00

Total (I) Rp. 863.892,00

Bahan Baku

a. Kulit sintetis 2,5 m untuk 1 penutup ban roda mobil.

untuk mencetak 500 buah diperlukan 1.250 m

(1.250 m x Rp.5000,00) (II) Rp. 6.250.000,00

b. Biaya cetak 4 warna Rp.225,00 per sisi

(500 x 3419,46 x Rp.225,00) (III) Rp.384.689.250,00

c. Ongkos jahit

(500 x Rp.10.000,00) (IV) Rp. 5.000.000,00

Total I, II, III, IV Rp.396.803.142,00

PPN 10 % Rp. 39.680.314,20

General Total Rp.436.483.456,20

Biaya disain 20 % Rp. 87.296.691,24

Total Biaya Produksi Rp.523.780.147,44

3. LEAFLET MOBIL 'MERCEDDES BENZ'

3.1 Pengertian

Leaflet adalah lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi 2 halaman atau lebih. Istilah ini biasanya dipakai sebagai sebutan bagi barang cetakan yang tidak lebih dari 12 halaman (Matari Advertising, 1996 : 100).

Mobil adalah alat angkut darat yang memiliki tenaga penggerak sendiri, dirancang untuk mengangkut penumpang dan tenaganya berasal dari mesin pembakaran dalam (William.T.Mc.Leod, 1987 : 145).

Dalam Ensiklopedi Britannica disebutkan bahwa *Mercedes Benz* dirancang oleh *Karl Benz*, ahli mesin kelahiran Karlsruhe, Jerman. Pada tahun 1879, Benz merancang mesin 2 langkah dan mendirikan pabrik mesin. Tetapi karena tidak ada yang membiayai maka Benz meninggalkan pabrik tersebut dan mendirikan firma Benz and Co., Rheinische Gasmotorenfabrik. Kemudian mulai merancang mesin stasioner, mesin 4 langkah yang ringan dengan kecepatan tinggi (300 putaran per menit) dan penemuan penting lainnya.

Pada tahun 1885 mobil rancangannya dilengkapi dengan menambah kecepatan hingga 10 - 16 km. per jam dan mendapat hak paten setahun kemudian. Mobil tersebut pertama kali dijual pada Frenchman Roger dan mengadakan kerjasama dengan firma Panhand and Levassor (1960 : 421). Nama Mercedes konon merupakan nama anak perempuan Karl Benz.

Jadi leaflet mobil Mercedes Benz adalah kertas cetak yang dilipat tidak lebih dari 12 halaman dan didalamnya terdapat keterangan tentang alat angkut darat untuk mengangkut penumpang dengan tenaga berasal dari mesin pembakaran dalam yang dirancang oleh Karl Benz, ahli mesin Jerman dan mendapat hak paten pada tahun 1886 serta diberi nama yang konon merupakan nama anak perempuannya.

3.2 Fungsi

Fungsi leaflet tersebut untuk mempromosikan produk mobil sedan terbaru dari Mercedes Benz, yaitu *Mercedes Benz with New Eyes E 230*.

3.3 Konsumen

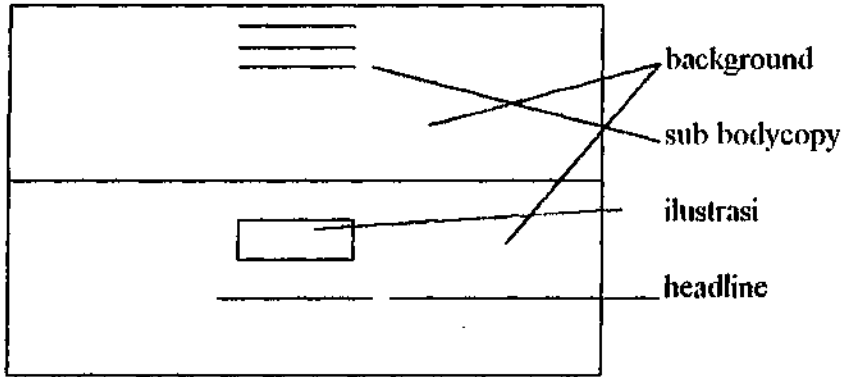
Sasaran konsumennya adalah pria dan wanita yang mengutamakan penampilan eksklusif, berdomisili di kota - kota besar dan dalam kelompok ekonomi atas.

3.4 Konsep Perencanaan Visual / Data Layout

3.4.1 Komposisi Ruang

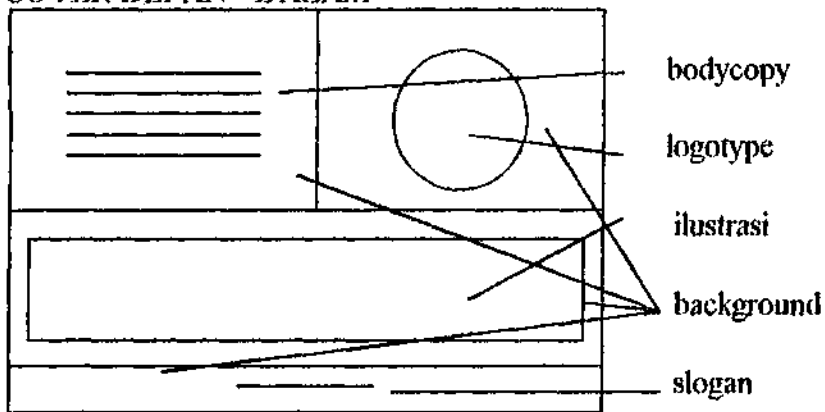
Mengingat konsumen adalah mereka yang berpenampilan eksklusif maka menggunakan komposisi simetris.

COVER BELAKANG - LUAR



COVER DEPAN - LUAR

COVER DEPAN - DALAM



COVER BELAKANG - DALAM

3.4.2 Headline

Headline diletakkan pada cover depan bagian luar di bawah ilustrasi visual.

Huruf yang digunakan adalah jenis *Isabella* dari model huruf Script, yaitu model huruf yang menyerupai tulisan tangan (Webster's, 1991 : 1056). Model huruf ini sesuai dengan headline ' Seni Menawan Mata ' yang mencerminkan keanggunan.

Menggunakan warna hitam untuk memberikan kesan mahal

(Courtland.L.Bovee, 1986 : 300) dengan teknik blok.

3.4.3 Bodycopy

Diletakkan pada cover depan bagian dalam di sebelah kiri.

Bodycopy berupa :

Berbicara tentang seni menawan mata,

Mercedes Benz adalah sang maestro.

Karenanya, persembahkan karya Mercedes Benz with

New Eyes E 230 membuat penampilan lebih anggun .

Menggunakan jenis huruf *Garamond* dari model huruf Romawi

Lama. Model huruf ini mudah dibaca (Sudiana, 1986 : 59).

Warna yang digunakan putih menggambarkan kebersihan dan

kesegaran (Christopher Perfect, 1992 : 214). Hal ini untuk

memberikan kemudahan terbacanya bodycopy.

Pewarnaan menggunakan teknik blok.

3.4.4 Sub Bodycopy

Diletakkan pada cover belakang bagian luar berupa :

Agen Tunggal :

PT. German Motor Manufacturing

Telp. (021) 8419350, Fax. (021) 8419214 - 8419337

Distributor Utama :

PT. Star Motors Indonesia

Telp. (021) 8419350, Fax. (021) 8419537 - 8419516

Hubungi segera Penyalur Resmi Mercedes Benz

terdekat.

Menggunakan model huruf yang sama dengan bodycopy dengan warna hitam yang memberikan kesan serius

(Drs.H.Th.Verbeek, S.J, 1978 : 34) karena berupa keterangan tempat penjualan.

Pewarnaan menggunakan teknik blok.

3.4.5 Logotype

Diletakkan pada cover depan dalam bagian kanan berupa logotype Mercedes Benz. Teknik blok.

3.4.6 Slogan

Diletakkan pada cover belakang dalam bagian bawah berupa *'Engineered to move the human spirit'* dengan menggunakan warna hitam sebagai warna yang lazim digunakan. Menggunakan teknik blok.

3.4.7 Background

Cover depan dan cover belakang bagian luar menggunakan warna abu-abu untuk memberi kesatuan antara headline dan sub bodycopy. Menggunakan teknik airbrush.

Pewarnaan cover depan bagian dalam :

- Pada sisi kiri menggunakan warna hitam kebiru-biruan dengan teknik airbrush untuk memberikan kesan elegan dan memberikan kesan kontras maksimal dengan bodycopy.
- Pada sisi kanan menggunakan warna abu-abu dengan teknik airbrush.

Pewarnaan cover belakang bagian dalam :

- Pada sisi atas menggunakan warna biru dengan teknik airbrush.

Warna tersebut disesuaikan dengan warna ilustrasi visual.

- Pada sisi bawah menggunakan warna abu-abu yang memberikan kesatuan dengan logotype. Menggunakan teknik airbrush.

3.5 Ilustrasi Visual

Pada cover depan bagian luar terdapat ilustrasi sebuah mata. Menggunakan warna hitam putih untuk memberikan kesan eksklusif dan klasik, mengingat Mercedes Benz merupakan produk eksklusif yang digemari sepanjang masa.

Cover belakang bagian dalam terdapat ilustrasi mobil keseluruhan.

Ilustrasi menggunakan teknik dusel.

3.6 Kriteria Disain

Disain :

- a. Ukuran leaflet : 30 x 60 cm
- b. Posisi : horisontal
- c. Skala : 3 : 1
- d. Visualisasi : - Pewarnaan : cat poster
- Alat : kuas dan airbrush
- Teknik : blok, dusel, airbrush

Format Jadi

- a. Ukuran leaflet : 10 x 20 cm
- b. Posisi : horisontal
- c. Bahan : art paper

d. Cetak : 4 warna

3.7 Pemasaran

Leaflet tersebut diberikan secara cuma-cuma dan terdapat pada agen / penyalur atau pameran produk Mercedes Benz.

3.8 Perkiraan Harga

Film separasi warna dan plate cetak

a. Film separasi warna CMYK

(20 x 22 x 2 x Rp.200,00) x 4

b. Plate warna 4 buah

4 x Rp.40.000,00

Total (I) Rp. 160.000,00

Bahan baku

Art paper 300 gr ukuran plano (109 x 79)

1 lembar plano dapat digunakan untuk mencetak 9 leaflet.

untuk mencetak 9.000 kartu diperlukan 2 rim

(2 x Rp.400.000,00) (II) Rp. 800.000,00

Biaya cetak 4 warna Rp.200,00 per sisi

(9.000 x Rp.200,00) (III) Rp.33.600.000,00

Biaya UV gloss Rp.0,05 / cm

20 x 20 x 9.000 x Rp.0,05 x 2 (IV) Rp. 360.000,00

Total I, II, III, IV Rp.34.638.000,00

PPN 10 % Rp. 3.463.800,00

General Total Rp.38.101.800,00

Biaya disain 20 % Rp. 7.620.360,00

4. POSTER FESTIVAL MUSIK 'FESTIVAL HARPA KLASIK'

4.1 Pengertian

Poster adalah iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembar kertas dan ditempelkan pada panel, dinding atau kaca jendela (Matari Advertising, 1996 : 130).

Festival adalah pesta, dari kata Latin yaitu *festum*. Merupakan perayaan khusus yang diselenggarakan secara periodik sekali setahun

(Ensiklopedi Nasional Indonesia, 1991 : 283). Festival dapat diadakan pada berbagai peristiwa seperti penghormatan, perayaan keagamaan, perayaan panen, datangnya musim dan sebagainya. Kebanyakan menggambarkan suasana gembira, tapi ada pula dalam suasana berkabung. Di Indonesia kata festival berarti pesta yang bersifat hiburan, di antaranya dalam bidang musik, film dan sandiwara.

Menurut A.Idjono, *harpa* adalah alat musik dawai yang sumber bunyinya berasal dari dawai yang digetarkan (1987 : 82). Dawai tersebut digetarkan dengan cara dipetik dengan jari atau *plektrum* (1987 : 91). Plektrum adalah bilah kecil dari tanduk, kayu atau bahan lain yang dipakai sebagai pemetik (Soeharto, 1992 : 100).

Dalam Kamus Musik disebutkan bahwa harpa adalah alat musik petik dalam wilayah nada sampai 6 oktaf lebih dan termasuk alat musik tua karena sudah terkenal sebelum Maseli (1992 : 49). Dewasa ini dimainkan secara tunggal maupun bersama orkes besar.

Klasik atau *musik klasik* adalah musik dari abad pertengahan hingga akhir abad 18 dalam bentuk sonata atau simponi (Idjono, 1987 : 108).

Jadi poster festival harpa klasik adalah iklan cetak warna berukuran besar yang dicetak pada selembar kertas dan ditempelkan pada panel, dinding atau kaca jendela dimana iklan tersebut berisi perihal pesta hiburan dalam bidang musik dengan menggunakan alat musik dawai yang wilayah nadanya sampai 6 oktaf lebih dan sudah dikenal sebelum Masehi, yang menampilkan musik dari abad pertengahan hingga akhir abad 18.

4.2 Fungsi

Sebagai pengumuman akan diadakannya pesta musik klasik dengan menggunakan harpa yang diikuti oleh Pratap Singh, Ana Coles, Asuka Sato, Buwada dan Trie Dewi dengan bintang tamu Heidy Awry, seorang pemain harpa dari Indonesia.

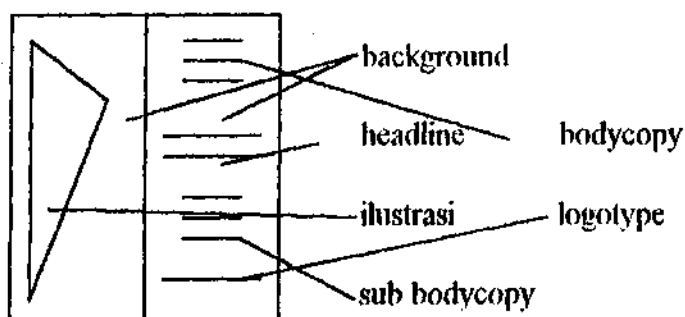
4.3 Konsumen

Sasaran konsumennya adalah pria dan wanita pecinta musik klasik, berusia 13 tahun ke atas, bergaya hidup modern, berdomisili di kota-kota besar dan dari kelas menengah ke atas.

4.4 Konsep Perencanaan Visual / Data Layout

4.4.1 Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi asimetris karena konsumen berusia remaja hingga dewasa.



4.4.2 Headline

Headline berupa ' Festival Harpa Klasik' diletakkan di bagian kiri poster.

Menggunakan jenis huruf *Calligraphy Pen*. Model huruf ini memberikan kesan klasik.

Warna headline coklat, yang mengesankan abad atau usia (Courtland.L.Bovee, 1986 : 300). Hal ini disesuaikan dengan musik yang disajikan yaitu musik klasik. Teknik pewarnaan menggunakan teknik blok.

4.4.3 Bodycopy

Menggunakan jenis huruf *Univers Bold* dari model huruf Sans Serif yang menarik perhatian (Dendi Sudiana, 1986 : 60).

Diletakkan pada bagian kanan poster, yaitu :

Pratap Singh Ana Coles Buwada

Asuka Sato Trie Dewi

Bintang tamu : Heidy Awuy

Menggunakan warna hitam yang menurut Verbeek memberikan kesan serius (1978 : 34). Karena berupa keterangan peserta festival.

Pewarnaan menggunakan teknik blok.

4.4.4 Sub Bodycopy

Berupa keterangan festival :

6 Desember 1998

Pk.19 : 00 WIB

Ballroom Shangri-La Hotel, Surabaya

Rp.50.000,00

Hubungi :

Wisma Musik Melodia

(031) 5674680, 5671158

Sub bodycopy diletakkan di bawah bodycopy dengan menggunakan jenis huruf dan warna yang sama dengan bodycopy.

Teknik yang digunakan adalah teknik blok.

4.4.5 Logotype

Berupa logotype pendukung acara, yaitu :

Wisma Musik Melodia, Erasmus Huis, Shangri-La Hotel

Menggunakan warna hitam dan diletakkan pada bagian bawah poster dengan teknik blok.

4.4.6 Background

Background kiri berwarna coklat dan background kanan berwarna coklat muda yang memberikan kesan abad atau usia (Courtland.L.Bovee, 1986 : 300). Hal ini menggambarkan suasana klasik.

Pewarnaan menggunakan teknik airbrush.

4.5 Ilustrasi Visual

Menampilkan sebuah harpa pada bagian kiri poster dengan alasan penggunaan sebagai satu-satunya alat musik yang digunakan dalam festival tersebut.

Ilustrasi menggunakan warna kuning kecoklatan sebagai warna lazim yang digunakan pada harpa.

Teknik yang digunakan adalah teknik dusel.

4.6 Kriteria Disain

Disain :

- a. Ukuran poster : 40 x 60 cm
- b. Komposisi : vertikal
- c. Skala : 1 : 1
- d. Visualisasi : - Pewarnaan : cat poster
 - Alat : kuas dan airbrush
 - Teknik : blok, dusel, airbrush

Format Jadi :

- a. Ukuran poster : 40 x 60 cm
- b. Komposisi : vertikal
- c. Bahan : art paper 80 gr
- d. Cetak : 4 warna

4.7 Pemasaran

Poster tersebut akan dipasang di Wisma Musik Melodia, Erasmus Huis, Shangri-La Hotel, SMU dan Universitas di Surabaya.

Poster tersebut akan diberikan secara cuma-cuma.

4.8 Perkiraan Harga

Film separasi warna dan plate cetak :

- a. Film separasi warna CMYK

(40 x 60) x Rp.200,00

b. Plate seng warna 4 buah

4 x Rp.40.000,00

Total (I) Rp. 640.00,00

Bahan baku :

Art paper 80 gr. ukuran plano (109 x 79)

1 lembar plano dapat digunakan untuk membuat 1 poster

untuk mencetak 500 poster diperlukan 1 rim

(1 x Rp.200.000,00) (I) Rp. 200.000,00

Biaya cetak 4 warna Rp.500 per sisi

(500 x Rp.500,00) (III) Rp. 250.000,00

Biaya cetak UV gloss Rp.0,05 / cm

40 x 60 x 500 x Rp.0,05 (IV) Rp. 240.000,00

Total I, II, III, IV Rp.1.330.000,00

PPN 10 % Rp. 133.000,00

General Total Rp.1.463.000,00

Biaya disain 20 % Rp. 292.600,00

Total Biaya Produksi Rp.1.755.600,00

5. BILLBOARD HARI NASIONAL 'HARI IBU'

5.1 Pengertian

Billboard adalah papan iklan berukuran besar yang ditempatkan di luar ruang (Nuradi, 1996 : 17).

Hari Ibu adalah hari yang dirayakan untuk kaum ibu

(W.S.J.Poerwadarminta, 1982 : 256). Hari Ibu di Indonesia diperingati setiap tanggal 22 Desember.

Jadi billboard hari Ibu adalah papan iklan berukuran besar yang ditempatkan di luar ruang serta memuat peringatan yang dirayakan untuk kaum ibu dan di Indonesia diperingati setiap tanggal 22 Desember.

5.2 Fungsi

Selain untuk memperingati hari Ibu juga sebagai ajang promosi surat kabar Jawa Pos, salah satu surat kabar terkenal di Indonesia.

5.3 Konsumen

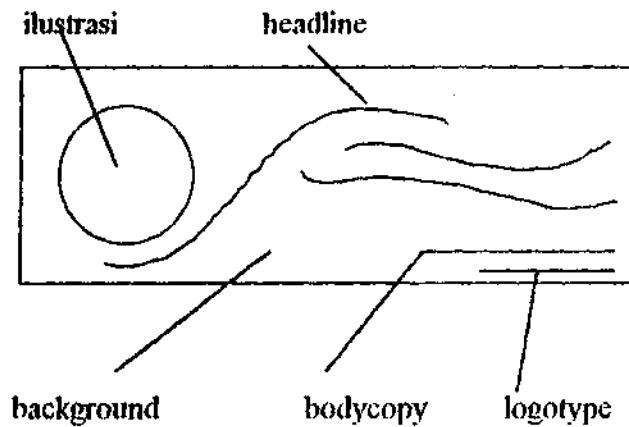
Sasaran konsumen billboard adalah pria dan wanita berusia 10 tahun ke atas, dari berbagai kalangan dan pemakai jalan kelas satu di kota-kota besar.

Sasaran konsumen Jawa Pos adalah pria dan wanita segala usia, kelas menengah ke atas dan hidup di perkotaan.

5.4 Konsep Perencanaan Visual / Data Layout

5.4.1 Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi asimetris karena pesan yang disampaikan tentang kasih seorang ibu.



5.4.2 Headline

Diletakkan mulai dari bawah ilustrasi visual menuju ke atas.

Headline berupa 'Kasih Ibu Kepada Beta, Tak Terhingga Sepanjang Masa' menggunakan jenis huruf *Raphael* dari model huruf Display. Model huruf ini cocok digunakan sebagai headline (Courtland.L.Bovee, 1986 : 312).

Warna yang digunakan adalah warna hitam yang memberikan kesan serius (Drs.H.Th.Verbeek, 1978 : 34). Penggunaan warna tersebut disesuaikan dengan inti pesan yang disampaikan yaitu kasih seorang ibu.

Teknik yang digunakan adalah teknik blok.

5.4.3 Bodycopy

Berupa '22 Desember 1998' sebagai keterangan peringatan hari Ibu pada tahun 1998. Menggunakan jenis huruf *Garamond* dari model huruf Romawi Lama, yaitu model huruf yang mudah dibaca (Dendi Sudiana, 1986 : 59)

Menggunakan warna dan teknik yang sama seperti pada headline.

5.4.4 Logotype

Berupa logotype Jawa Pos yang diletakkan pada bagian kanan atas billboard.

Menggunakan warna asli logotype dengan teknik blok.

5.4.5 Background

Menggunakan warna coklat yang memberi kesan klasik (Bovee, 1986 : 300).

Pewarnaan menggunakan teknik airbrush.

5.5 Ilustrasi Visual

Diletakkan pada bagian kiri billboard dengan ilustrasi visual seorang ibu menimang anak dan bunga krisan. Ilustrasi tersebut menggambarkan kasih ibu kepada anaknya seperti sinar matahari yang memberi kehidupan bagi manusia.

Menggunakan teknik dusel dengan warna asli ilustrasi visual.

5.6 Kriteria Disain

Disain :

a. Ukuran billboard : 33,3 x 83,3 cm

b. Posisi : horisontal

c. Skala : 6 : 1

d. Visualisasi : - Pewarnaan : cat poster

- Alat : kuas dan airbrush

- Teknik : blok, dusel, airbrush

Format Jadi :

a. Ukuran billboard : 200 x 500 cm (2 m x 5 m)

b. Posisi : horisontal

c. Bahan : aluminium

d. Cetak : full color

5.7 Pemasaran

Billboard tersebut akan diletakkan pada jalan kelas satu di kota-kota besar.

5.8 Perkiraan Harga

Ukuran billboard : 2 x 5 = 10 m

Teknik Printing Computer

10 x Rp.400.000,00 Rp. 4.000.000,00

Billboard

10 x Rp.200.000,00 Rp. 2.000.000,00

Konstruksi Rakitan

10 x Rp.350.000,00 Rp. 3.500.000,00

Penerangan 2 lampu MHL

2 x Rp.975.000,00 Rp. 1.950.000,00

Total

Rp.11.450.000,00

Pajak Billboard :

a. Pajak :

10 x Rp.288.000,00 Rp. 2.880.000,00

b. Jaminan :

10 x Rp.5.000,00 Rp. 50.000,00

6. POSTER IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PENDIDIKAN

'UNICEF'

6.1 Pengertian

Poster adalah iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembar kertas dan ditempelkan pada panel, dinding atau kaca jendela (Matari Advertising, 1996 ; 130).

Iklan layanan masyarakat merupakan jenis periklanan yang sering dilakukan oleh organisasi komersil maupun non komersil untuk mencapai tujuan sosial atau sosio-ekonomis (Matari, 1996 : 136).

Dalam Ensiklopedi Nasional Indonesia disebutkan bahwa *pendidikan* adalah upaya yang dilakukan dengan sadar untuk mendatangkan perubahan sikap dan perilaku seseorang melalui pengajaran dan latihan.

Pendidikan berlangsung secara formal dan non formal, selama hidup serta dilaksanakan di sekolah, keluarga dan masyarakat (1991 : 365).

United Nations International Children's Emergency Fund atau *UNICEF* merupakan badan internasional PBB yang didirikan 11 Desember 1946. Bertujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan dan kepentingan anak kecil serta remaja. Kegiatannya antara lain adalah bantuan kesehatan ibu dan anak, pemberantasan penyakit, kesejahteraan anak dan lain-lain (Ensiklopedi, 1991 : 75).

Jadi poster iklan layanan masyarakat pendidikan UNICEF adalah iklan warna besar yang dicetak pada selembar kertas dan ditempelkan pada panel, dinding atau kaca jendela yang dilakukan oleh organisasi komersil maupun non komersil untuk mencapai tujuan sosial atau sosio-

ekonomis berupa upaya untuk mendatangkan perubahan sikap dan perilaku seseorang melalui pengajaran dan latihan secara formal dan non formal, selama hidup serta dilaksanakan di sekolah, keluarga dan masyarakat dimana merupakan himbauan oleh badan internasional PBB yang bertujuan membantu memenuhi kebutuhan dan kepentingan anak kecil serta remaja.

6.2 Fungsi

Sebagai himbauan untuk masyarakat, khususnya keluarga, dalam membimbing putra-putrinya menghadapi masa depan.

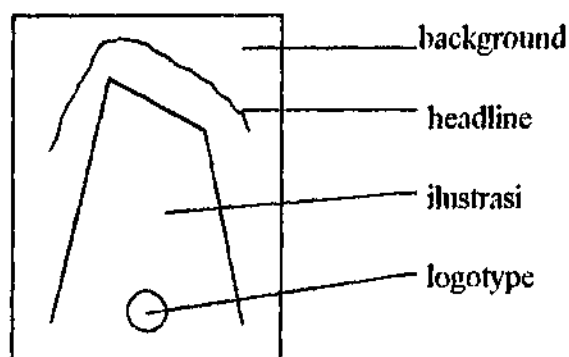
6.3 Konsumen

Pria dan wanita usia 25 tahun ke atas, dalam segala lapisan masyarakat dan berdomisili dari desa hingga perkotaan.

6.4 Konsep Perencanaan Visual / Data Layout

6.4.1 Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi asimetris karena inti dari pesan berupa himbauan.



6.4.2 Headline

Headline 'Bimbing Menuju Masa Depan' diletakkan di atas ilustrasi visual. Menggunakan jenis huruf *Brody Font* dari model huruf Script, yaitu model huruf yang menyerupai tulisan tangan (Webster's, 1991 : 1056). Model ini memberikan kesan lembut. Warna yang digunakan adalah warna merah yang memberikan kesan merangsang dan menggelisahkan (Drs.H.Th.Verbeek, S.J, 1978 : 34). Bertujuan merangsang konsumen untuk melaksanakan himbauan tersebut.

Teknik pewarnaan menggunakan teknik blok.

6.4.3 Logotype

Berupa logotype UNICEF yang diletakkan di bawah ilustrasi visual dan menggunakan warna putih dengan teknik blok.

Penggunaan warna ini untuk memberikan keseimbangan antara ilustrasi, background dan logotype.

6.4.4 Background

Warna yang digunakan adalah warna hitam yang menurut Verbeek memberikan kesan serius (1978 : 34).

Penggunaan warna ini mencerminkan bahwa poster tersebut bersifat himbauan yang membutuhkan perhatian dari konsumen.

Teknik yang digunakan adalah teknik airbrush.

6.5 Ilustrasi Visual

Pada bagian tengah poster terdapat ilustrasi visual tangan orang dewasa yang menggenggam tangan anak kecil.

Menggunakan teknik dusel dengan warna hitam yang memberikan kesan serius (Verbeek, 1978 : 34).

6.6 Kriteria Disain

Disain :

- a. Ukuran poster : 30 x 40 cm
- b. Posisi : vertikal
- c. Skala : 1 : 1
- d. Visualisasi : - Pewarnaan : cat poster
- Alat : kuas dan airbrush
- Teknik : blok, dusel dan airbrush

Format Jadi :

- a. Ukuran poster : 30 x 40 cm
- b. Posisi : vertikal
- c. Bahan : art paper 80 gr
- d. Cetak : 3 warna

6.7 Pemasaran

Poster tersebut akan ditempatkan pada BKIA, rumah sakit, puskesmas, sekolah dan lembaga pendidikan.

Poster tersebut akan diberikan secara cuma-cuma.

6.8 Perkiraan Harga

Film separasi dan plate cetak

- a. Film separasi warna MYK

(30 x 40) x Rp.200,00

- b. Plate warna 3 buah

3 x Rp.40.000,00	
Total	(I) Rp. 360.000,00
Bahan baku	
Art paper 80 gr ukuran plano (109 x 79)	
1 lembar plano dapat digunakan untuk membuat 2 poster.	
Untuk mencetak 50.000 poster diperlukan 50 rim.	
(50 x Rp.200.000,00)	(II) Rp.10.000.000,00
Biaya cetak 3 warna Rp.500,00 per sisi	
(50.000 x Rp.500,00)	(III) Rp.25.000.000,00
Biaya UV gloss Rp.0,05 / cm	
(30 x 40 x 5.000 x Rp.0,02)	(IV) Rp. 2.400.000,00
Total I, II, III, IV	Rp.42.662.500,00
PPN 10 %	Rp. 4.266.250,00
General Total	Rp.46.928.750,00
Biaya disain 20 %	Rp. 9.385.750,00
Total Biaya Produksi	Rp.56.314.500,00