

BABII

TINJAUAN PROYEK

1. PROYEK POSTER PARIWISATA

1.1 PENGERTIAN POSTER PARIWISATA

Poster adalah iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembar kertas dan ditempatkan pada panel, dinding, atau kaca jendela (Nuradi, 1996:130). Atau *poster* adalah plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan) (Peter Salim, 1992:1184).

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan perjalanan untuk rekreasi, turisme, pelancong (Peter Salim, 1992:1098).

Pengertian *Poster Pariwisata* adalah iklan warna yang berukuran besar yang dicetak pada selembar kertas yang menggambarkan obyek wisata dan biasanya ditempatkan pada panel, dinding, atau kaca jendela yang sering dilewati oleh orang banyak sehingga mereka tertarik untuk melakukan perjalanan ke sana untuk rekreasi.

Poster bersifat dapat dibaca dari jarak yang dekat sehingga orang dapat melihat secara jelas. Untuk judul ukuran huruf minimal 1 inci (96 point).

1.2 FUNGSI POSTER PARIWISATA

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang sesuatu yang menarik dan indah dari suatu daerah dan mengajak masyarakat untuk mengunjunginya.

1.3 TARGET KONSUMEN POSTER PARIWISATA

Desain ini ditujukan kepada konsumen berbagai usia dan berbagai lapisan masyarakat khususnya para wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

1.4 KONSEP PERENCANAAN VISUAL

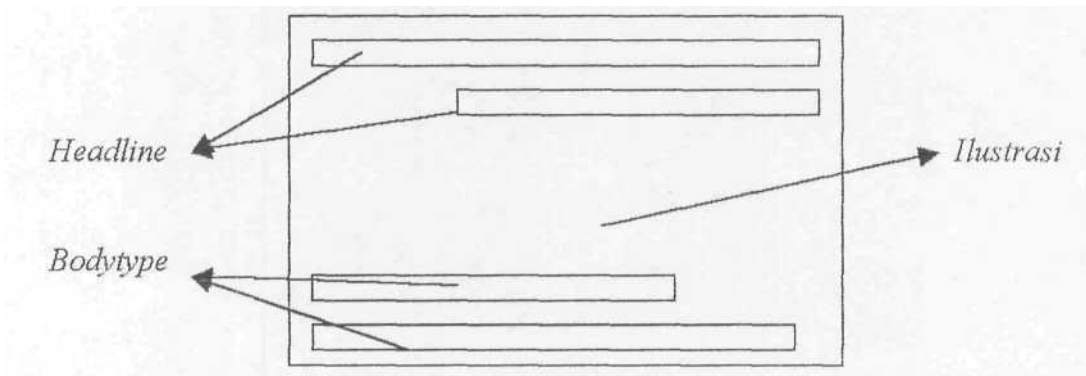
1.4.1 Data Lay-Out

Lay-out poster pariwisata ini menggunakan ilustrasi Candi Borobudur yang berada di Jawa Tengah, tepatnya di Magelang, dengan posisi horizontal dan dalam bentuk siluet. Background yang ditampilkan adalah keindahan warna langit di sekitar Candi Borobudur pada sore hari. Headline berwarna putih berbunyi "Come To Borobudur in Central Java. Indonesia" yang terletak horizontal di bagian atas dan tulisan "Where You Can See One Of The Wonders Of The World" yang terletak horizontal di bagian bawah.

1.4.2 Konsep Lay-Out

1.4.2.1 Komposisi Ruang

Komposisi ruang proyek ini adalah sama karena sisi atas sebanding dengan sisi bawah.



1.4.2.2 Headline

Headline proyek ini menggunakan warna putih, berbunyi "Come To BOROBUDUR - IN CENTRAL JAVA, INDONESIA", yang terletak horizontal di bagian atas. Sedangkan bodytype-nya berbunyi "WHERE YOU CAN SEE ONE OF THE WONDERS OF THE WORLD" terletak horizontal di bagian bawah. Jenis huruf yang digunakan adalah Century Gothic. Maksud dari tulisan tersebut adalah mengajak konsumen untuk menikmati secara langsung salah satu keajaiban dunia yaitu Candi Borobudur di Jawa Tengah, Indonesia.

1.4.2.3 Ilustrasi Visual

Proyek poster pariwisata ini menggunakan gambar suasana sore hari di Candi Borobudur yang berada di Jawa Tengah. Posisi ilustrasi adalah horisontal. Maksud dari ilustrasi tersebut adalah untuk menampilkan keindahan dari salah satu obyek pariwisata yang ada di Jawa Tengah.

1.4.3 Kriteria Desain

1.4.3.1 Desain

Ukuran : 60 x 40 cm

Posisi : Horisontal

Skala : 1 : 1

Visualisasi : Menggunakan teknik airbrush dan plakat

1.4.3.2 Format Jadi

Ukuran : 60 x 40 cm

Posisi : Horisontal

Bahan : Artpaper 150 gram

Cetak : 4 warna (CMYK)

1.4.4 Peniasaran

Tujuan pemasaran poster ini adalah untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi dan menikmati keindahan Candi Borobudur, Jawa Tengah. Penempatan poster ini antara lain di seluruh agen biro perjalanan "Haryono Travel" dan obyek-obyek wisata.

1.4.5 Harga

Film separasi warna dan plat cetak

- a. Film separasi warna @ Rp.300,00/cm²

60x40xRp.300,00 Rp. 720.000,00

- b. Plat warna 4 buah @ Rp.80.000,00/warna

4 x Rp.80.000,00 Rp. 320.000,00 +

Rp. 1.040.000,00 (I)

Bahan baku

Artpaper 150 gram ukuran plano 65 x 100 @ Rp.400.000,00/rim

1 rim = 500 plano = 1000 poster

Rp. 400.000,00 (II)

Ongkos Cetak

Untuk cetak 4 warna @ Rp.750,00/warna

750x4x1000 **Rp.3.000.000,00 (III)**

(I) + (II) + (III) - Rp.4.440.000,00

- **PPN 10% Rp. 444.000,00 +**

- **Total biaya produksi Rp.4.884.000,00**

1.4.6 Lampiran Karya

2. PROYEK BROSUR MOBIL "PEUGEOT 307"

2.1 PENGERTIAN BROSUR MOBIL "PEUGEOT 307"

Brosur adalah pamflet yang berisi keterangan singkat dan lengkap tentang suatu perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan prestisenya. Publikasi sesuatu yang berupa lembar-lembar halaman yang hanya dijepit tanpa dijilid. Bahan informasi tertulis mengenai suatu persoalan yang disusun secara sistematis. (Peter Salim, 1992:222).

Mobil adalah kendaraan bermotor beroda empat atau lebih yang biasa digunakan sebagai alat angkut darat, berbahan bakar minyak atau bensin. (Peter Salim, 1992:986)

Brosur mobil "Peugeot 307" adalah pamflet yang berisi keterangan singkat dan lengkap tentang kendaraan bermotor roda empat yaitu Peugeot 307 untuk meningkatkan prestisenya.

2.2 FUNGSI BROSUR MOBIL "PEUGEOT 307"

Fungsi daripada proyek brosur ini adalah untuk memperkenalkan serta merangsang daya beli konsumen terhadap produk dari Peugeot. Pada khususnya *brosur* ini dibagikan pada kalangan tertentu yang tidak asing lagi dengan produk mobil Peugeot ini. Jadi ilustrasi yang dipaparkan adalah *image* produk mobil Peugeot yang mengeluarkan jenis atau model mobil yang baru.

2.3 TARGETKONSUMENBROSURMOBIL "PEUGEOT307"

Konsumen dari brosur mobil Peugeot 307 ini bersifat khusus yaitu kalangan atas atau pengusaha.

2.4 KONSEP PERANCANGAN VISUAL

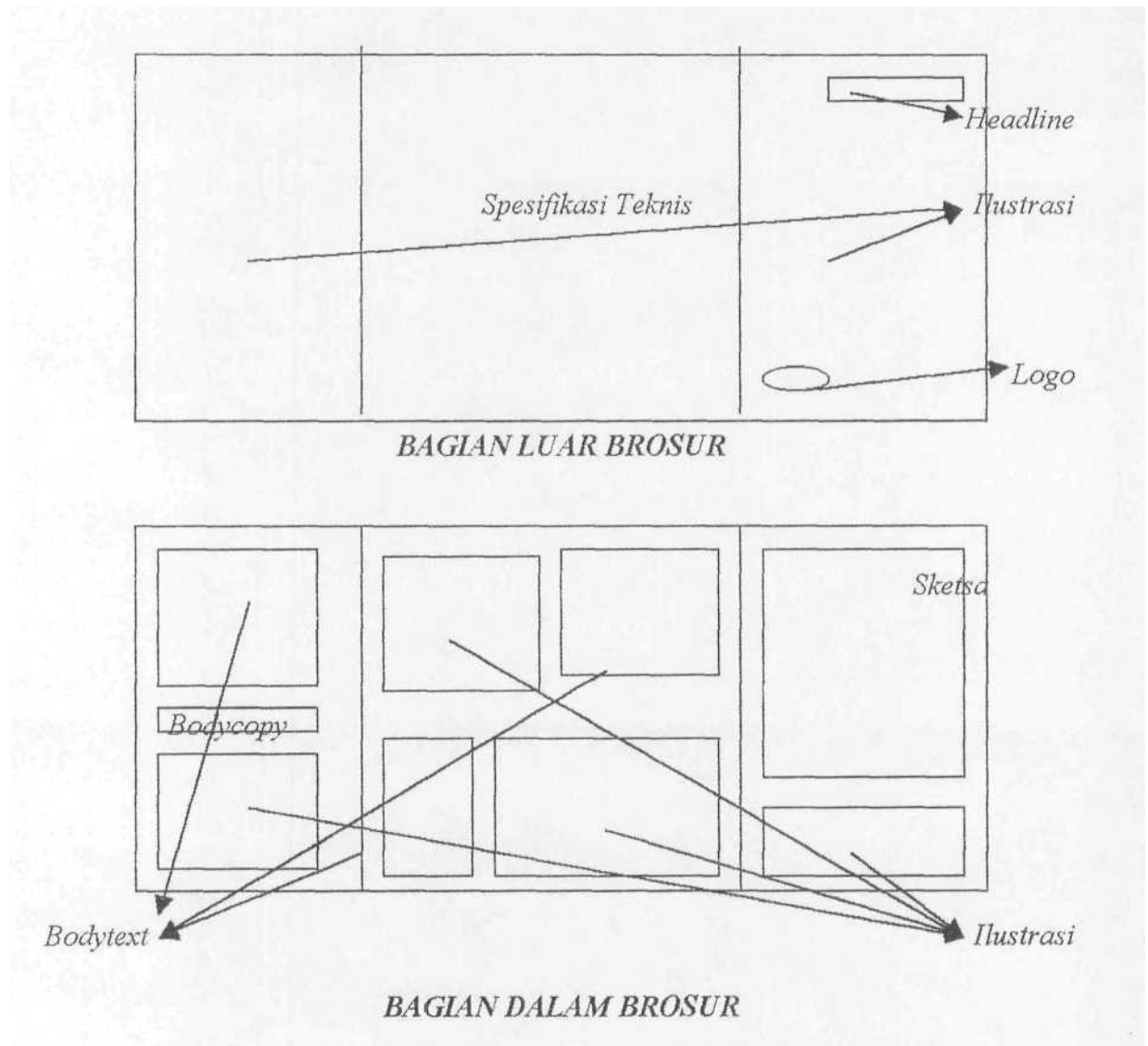
2.4.1 Data Lay-Out

Lay-out brosur ini dibagi menjadi 2 bagian yang dicetak luar dan dalam. Pada sisi luar brosur terdapat sebuah ilustrasi bagian depan mobil Peugeot seri 307 beserta spesifikasi teknisnya. Posisi ilustrasi adalah horizontal. Sedangkan pada sisi dalam brosur terdapat beberapa detail produk yang ditawarkan beserta sketsa mesin yang digunakan mobil tersebut. Headline pada sisi luar brosur berwarna putih dengan posisi horizontal. Bodycopy pada sisi dalam brosur berwarna hitam dengan posisi horizontal. Bodytext terdapat pada sisi dalam brosur berwarna hitam dengan posisi horizontal. Logo terdapat pada sisi luar brosur dengan posisi horizontal dan berada di bagian kiri bawah.

2.4.2 Konsep Lay-Out

2.4.2.1 Komposisi Ruang

Komposisi ruang proyek ini adalah a-simetris tak sama karena unsur sisi kanan lebih penuh dan lebih berat



2.4.2.2 HeadUne

Headline proyek brosur ini menggunakan warna putih dan beituliskan "PEUGEOT 307". Maksudnya adalah memperkenalkan seri terbaru dari mobil Peugeot.

2.4.2.3 Bodycopy

Bodycopy berisi kalimat "**The New Benchmark**" berwarna liiatn terletak di sisi kiii tengah bagian dalam. Maksud kalimat ini adalah produk **ini** merupakan suatu standar baru dalam teknologi otomotif.

2.4.2.4 Logo

Logo yang ada di brosur mobil Peugeot adalah logo dari Peugeot Corporation, maksudnya adalah bahwa brosur ini dibuat kliusus oleh Peugeot.

2.4.2.S Ilustrasi Vvsual

Proyek brosur mobil Peugeot **ini** menggunakan gambar bagian depan dari sebuah mobil Peugeot seri 307 yang benvarna biru, dengan latar belakang pepohonan benvarna hijau.

2.4.3 Kriteria Desain

2.4.3.1 *Desain*

Ukuran : 75 x 30 cm

Posisi : Horisontal

Skala : 1,5 : 1

Visualisasi : Komputer

2.4.3.2 *Format Jadi*

Ukuran : 50 x 20 cm

Posisi : Horisontal

Bahan : *Aripaper* 210 gram

. Cetak : 4 warna (CMYK)

2.4.4 Pemasaran

Brosur ini tidak diperjualbelikan di pasaran, tetapi dibagikan khusus kepada para calon konsumen potensial. Brosur ini diletakkan di rak-rak di show room Peugeot. Brosur ini juga digunakan sebagai sumber informasi lewat para pramuniaga pada saat launching atau pameran. Pemasaran juga dilakukan dengan cara mengirimkan brosur ini kepada para konsumen yang menggemari produk dari Peugeot.

2.4.5 Harga

« Film separasi warna dan plat cetak

a. Film separasi warna @ Rp.300,00/cm²

50 x 20 x Rp.300,00 Rp. 300.000,00

b. Plat warna 4 buah @ Rp.80.000,00/warna

4xRp.80.000,00 Rp. 320.000,00

Rp. 620.000,00 (I)

Bahan baku

Art paper 210 gram ukuran plano 65 x 100 @ Rp.400.000,00/rim

1 rim = 500 plano = 2000 brosur

Rp. 400.000,00 (II)

Ongkos cetak

Untuk cetak 4 warna @ Rp.250,00/warna

2 x (250 x 4) x 2000

Rp.4.000.000,00 (III)

Rp.5.020.000,00

PPN 10 %

Rp. 502.000,00 +

Total biaya produksi

Rp.5.522.000,00

2.4.6 Lampiran Karya

3. PROYEK COVER MAJALAH SENT'KOMPUTER GRAFIS"

3.1 *PENGERTIAN COVER MAJALAH SENI*

Cover adalah muka sebelah luar majalah yang biasanya tersedia untuk pengiklanan. Misalnya sampul tnuka, sampul belakang, sampul muka bagian dalam, sampul belakang bagian dalam (Nuradi, 1996:44).

Majalah adalah suatu media informasi tulisan yang berbentuk buku dan berisi berbagai macam liputan seperti jurnalistik, artikel, sastra, dan sebagainya, yang dibagi menurut isinya seperti majalah informasi, wanita, remaja, sastra, ilmu pengetahuan dan sebagainya. terbit secara berkala seperti mingguan, bulanan, dan sebagainya (Peter Salim, 1992:909).

Seni adalah seluruh unsur visual siaran niaga maupun iklan-iklan pada umumnya, seni juga mencakup pengertian gaya fotografi atau ilustrasi serta cara penggunaan vvama dan pengaturan unsur-unsur dalam sebuah desain iklan (Nuradi, 1996:9).

3.2 *FUNGSI PROYEK COVER MAJALAH SENI*

Proyek cover majalah difiingsikan untuk mempercantik tampilan majalah pada bagian depan dan belakang sehingga tampak rapi dan indah, sebagai sampul yang akan melindungi isi di dalamnya, yaitu majalah itu sendiri, agar tidak lusuh atau rusak serta tahan lama. Cover majalah ini juga sebagai sarana penyampai informasi.

3.3 *TARGETKONSUMEN COVER MAJALAH SENI*

Desain cover majalah ini ditujukan untuk konsumen yang tertarik pada seni desain grafis komputer, dan khususnya digunakan oleh praktisi yang membutuhkan informasi segala sesuatu tentang desain grafis komputer seperti biro iklan, percetakan, mahasiswa desain grafis.

3.4 *KONSEP PERENCANAAN VISUAL*

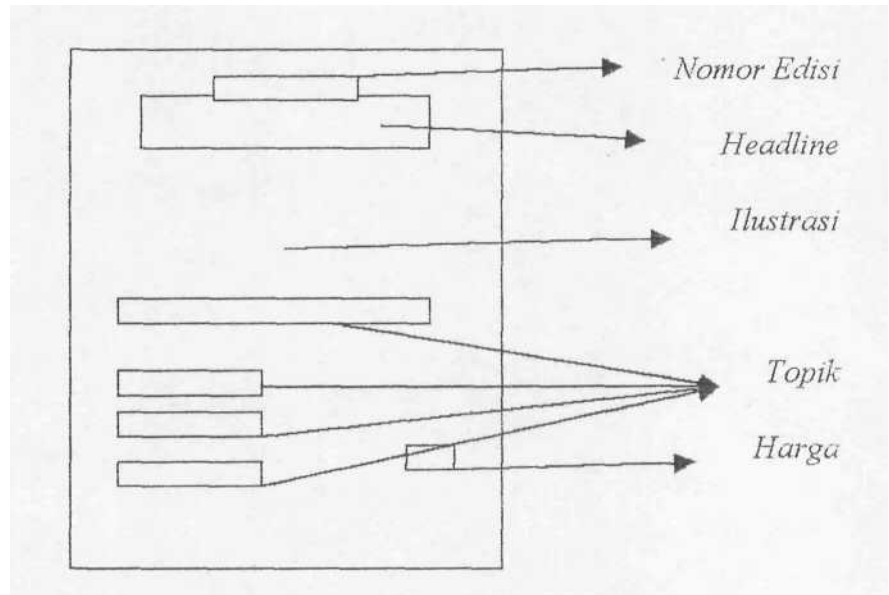
3.4.1 Data Lay-Out

Lay-out cover majalah ini menggunakan ilustrasi gambar bola dunia yang dikelilingi oleh banyak lingkaran. Posisi ilustrasi adalah horizontal. **Background** yang ditampilkan adalah komponen komputer yang tampak samar-samar berwarna biru tua. Headline / Logotype berwarna putih terletak di tengah atas dengan posisi horizontal. Topik berwarna hijau muda dan putih yang terletak di bagian tengah dan kiri bawah dengan posisi horizontal. Nomor edisi berada di atas headline. Harga tercantum di kanan bawah

3.4.2 Konsep Lay-Out

3.4.2.1 Komposisi Ruang

Komposisi ruang proyek ini adalah a-simetris karena unsur pada sisi kiri lebih penuh dan tak sama karena sisi kiii lebih berat.



3.4.2.2 Headline

Headline / logotype proyek ini bempa judul majalah yaitu "**Komputer Grafis**", yang berwarna putih.

3.4.2.3 Topik

Topik berupa judul-judul tulisan yang ada di dalam majalah yaitu "**Mengupas Software Flash 5**", "**Interviews: Travis Forley**", "**Trik: Membuat Desain Produk**" dan "**Tips Membuat Desain Cover CD**" memakai jenis huruf **Courier**

3.4.2.4 Nomor Edisi

Nomor edisi yang dicantumkan terletak di bagian atas tengah.

3.4.2.5 Ilustrasi Visual

Proyek cover majalah ini menggunakan **ilustrasi** bola dunia yang dikelilingi oleh banyak lingkaran. Maksud dari ilustrasi tersebut adalah bahwa seni grafis komputer adalah sesuatu yang bersifat global dan mencakup seluruh dunia.

3.4.3 Kriteria Desain

3.4.3.1 Desain

Ukuran : 42 x 54 cm

Posisi : Vertikal

Skala : 2 : 1

Visualisasi : Komputer

3.4.3.2 Fornat Jadi

Ukuran : 21 x 27 cm

Posisi : Vertikal

Bahan : Artpaper 210 gram

Cetak : 4 warna (CMYK)

3.4.4 Pemasaran

Cover majalah ini dikemas berseita isi majalah dan dijual di pasaran, yang ditujukan bagi konsumen yang tertarik pada seni grafis komputer, dan khususnya digunakan oleh praktisi yang membutuhkan informasi tentang grafis komputer seperti biro iklan, percetakan dsb.

3.4.5 Harga

Film separasi warna dan plat cetak

- a. Film separasi warna @ Rp.300,00/cm²

21x27x300 Rp. 170.100,00

- b. Plat warna 4 buah @ Rp.80.000,00/warna

4xRp.80.000,00 Rp. 320.000,00 +

Rp. 490.100,00 (I)

Bahan baku

Art paper 210 gram ukuran plano 65 x 100 @ Rp.400.000/rim

1 rim = 500 plano = 4500 cover **Rp. 400.000,00 (II)**

Ongkos cetak

Untuk cetak 4 warna @ Rp.750,00/warna

750x4x4500 **Rp. 13.500.000,00 (III)**

(I) + (II) + (III) = Rp. 14.390.100,00

- PPN10 % **Rp. 1.439.010,00 +**

Total biaya produksi Rp. 15.829.110,00

3.4.6 Lampiran Karya

4. PROYEK IKLAN MAJALAH MINUMAN RINGAN "GREEN SANDS"

PENGERTIAN PROYEK IKLAN MAJALAH

Iklan adalah pesan komunikasi di media yang pemasangannya dilakukan atas pembayaran (Nuradi, 1996:4). Atau *iklan* adalah berita tentang suatu barang atau jasa yang ditujukan kepada orang banyak dengan tujuan agar mau menggunakan barang atau jasa tersebut; pemberitahuan kepada massa tentang barang atau jasa yang dijual (Peter Salim, 1992:554).

Majalah adalah suatu media informasi tulisan yang berbentuk buku dan berisi berbagai macam liputan seperti jurnalistik, artikel, sastra, dan sebagainya, yang dibagi menurut isinya seperti majalah informasi, wanita, remaja, sastra, ilmu pengetahuan dan sebagainya, terbit secara berkala seperti mingguan, bulanan, dan sebagainya (Peter Salim, 1992:909).

Pengertian Iklan Majalah dengan tema Minuman Ringan adalah pesan komunikasi tentang minuman ringan penyegar di media yang berbentuk buku yang pemasangannya dilakukan secara berkala tergantung atas pembayaran yang dilakukan (pemasangan untuk beberapa edisi).

4.2 FUNGSI IKLAN MINUMAN RINGAN "GREEN SANDS"

Sebagai sarana dan alat untuk memperkenalkan produk minuman ringan "Green Sands" kepada masyarakat dan bertujuan untuk menarik minat konsumen khususnya orang muda untuk melakukan tindak membeli atau mengubah perilakunya.

4.3 *TARGET KONSUMEN IKLAN MINUMAN RINGAN "GREEN SANDS"*

Minuman ringan yang dibuat adalah minuman soda penyegar maka target konsumennya adalah anak muda (15-35 tahun) khususnya mereka yang gemar berolahraga dan menyukai tantangan.

4.4 *KONSEP PERENCANAAN VISUAL*

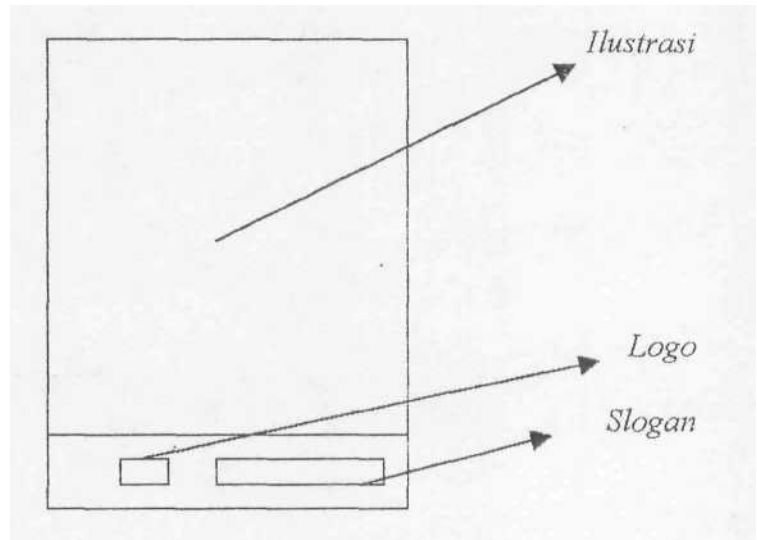
4.4.1 Data Lay-Out

Lay-out iklan minuman ringan ini menggunakan ilustrasi seorang pedayung perahu dengan background air terjun beserta **ilustrasi produk** minuman ringan "Green Sands". Posisi ilustrasi adalah vertikal. Headline berwarna hijau dan putih yang merupakan logo dari produk ini terletak horizontal di bagian kiri bawah dari ilustrasi. Bodytype berwarna putih terletak horizontal di bagian bawah. Logo berada di sudut kiri bawah dengan posisi horizontal.

4.4.2 Konsep Lay-Out

4.4.2.1 Komposisi Ruang

Komposisi ruang proyek ini adalah a-simetris tak sama karena unsur pada bagian bawah lebih penuh. tak seimbang karena bagian bawah lebih berat.



4.4.2.2 Slogan

Slogan produk ini dicetak menggunakan tipe huruf Garamond bertuliskan "Rasanya berani - menyegarkan!" berwarna putih dan berada di bawah.

4.4.2.3 Logo

Jenis logo yang dipakai untuk iklan majalah ini adalah logo produk "Green Sands".

4.4.2.4 Ilustrasi Visual

Proyek iklan ini menggunakan **Hustrasi** seorang pedayung sedang menuruni air terjun. Posisi ilustrasi tersebut adalah vertikal dengan background air terjun disertai gambar botol "Green Sands" tampak samar-samar.

4.4.3 Kriteria Desain

4.4.3.1 Desain

Ukuran : 42 x 54 cm

Posisi : Vertikal

Skala : 2 : 1

Visualisasi : Komputer

4.4.3.2 FormatJadi

Ukuran : 21 x 27 cm

Posisi : Vertikal

Bahan : LWC 65 gram

Cetak : 4 warna (CMYK)

4.4.4 Pemasaran

Tujuan iklan ini adalah memperkenalkan produk minuman ringan "Green Sands" kepada masyarakat terutama para orang muda dan olahragawan yang menyukai tantangan. Sarana pemasaran yaitu lewat majalah remaja dan pria seperti Hai. Bola. Matra.

4.4.5 Harga

Film separasi dan plat cetak

a. Film separasi warna @ Rp.300,00/cm²

21x27x300 Rp. 170.100,00

b. Platwarna4buah@Rp.80.000/warna

4x80.000 Rp. 320.000,00

Rp. 490.100,00 (I)

Harga yang ditentukan oleh majalah Matra

untuk pemasangan iklan 1 x terbit Rp.3.000.000,00 (II)

Jasa pemuatan di majalah

20%xRp.3.000.000,00 Rp. 600.000,00 (III)

(I) + (II) + (III) = Rp.4.090.100,00

- PPN 10% Rp. 409.010,00

- Total biaya produksi Rp.4.499.110,00

4.4.6 Lampiran Karya

5. PROYEK COVER CD "INSTRUMEN KENDANG KHAS JAWA BARAT"

5.1 PENGERTIAN COVER CD

Cover adalah tutup atau penutup yang dipergunakan untuk menghalangi sebuah lubang, tidak terbuka selesai. habis, penghabisan (Nuradi 1996:230).

Lagu adalah ragam suara yang berirama (dalam bernyanyi. berbicara. dll), nyanyi: nyanyian, ragam musik (musik, gamelan, dsb), tingkah laku, cara, lagak, mengutarakan pendapat yang telah usang yang telah sering dikatakan orang. (Peter Salim, 1995:811).

CD adalah saiana audio yang dapat menghasilkan suara atau bunyi.

5.2 FUNGSI COVER CD

Proyek cover CD ini difungsikan untuk mempercantik tampilan CD pada bagian depan dan kotak CD sehingga menarik dan indah, serta sebagai penyampai informasi.

5J TARGET KONSUMEN COVER CD "INSTRUMEN KENDANG KHAS JAWA BARAT"

Desain cover CD ini ditujukan pada konsumen usia dewasa sampai lansia (35 tahun ke atas) yang tertarik pada lagu instrumental daerah khususnya dari Jawa Barat yang dimainkan dengan menggunakan kendang.

5.4 KONSEP PERANCANGAN VISUAL

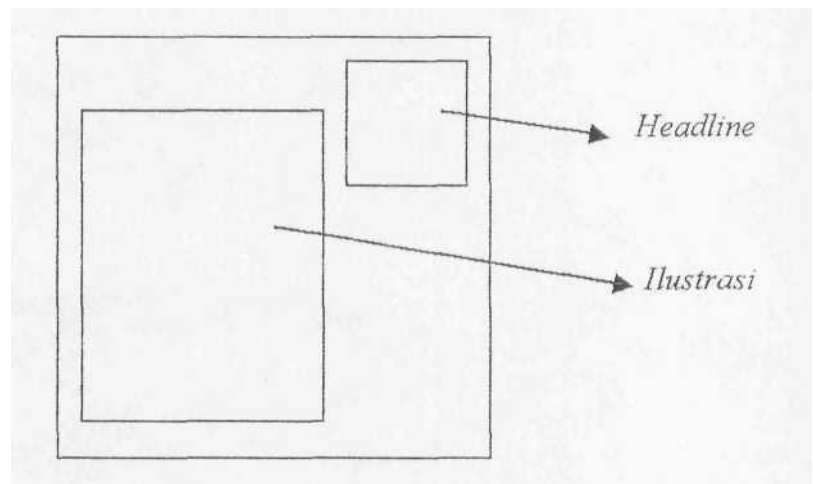
5.4.1 DataLay-Out

Lay-out cover CD ini menggunakan ilustrasi seorang penabuh kendang tanpa wajah. **Latar belakang** berwarna hitam. **Headline** / **Iogotype** bertuliskan "INSTRUMEN KENDANG KHAS JAWA BARAT" terletak horizontal di kanan atas.

5.4.2 Konsep Lay-Out

5.4.2.1 Komposisi Ritang

Komposisi ruang proyek ini adalah a-simetris unsur pada bagian kiri lebih penuh, dan tidak sama karena bagian kiri lebih berat.



5.4.2.2 Headline

Headline proyek cover CD ini menggunakan warna putih. jenis huruf yang dipakai adalah **Arial Black**, bertuliskan "INSTRUMEN KENDANG KHAS JAWA BARAT".

5.4.2.3 Ilustrasi Visual

Proyek cover CD ini menggunakan ilustrasi seorang penabuh kendang berpakaian adat tanpa wajah.

5.4.3 Kriteria Desain

5.4.3.1 Desain

Ukuran : 48 x 48 cm

Posisi : Horisontal

Skala

Visualisasi : Dusell dengan cat poster

5.4.3.2 Format Jadi

Ukuran : 12 x 12 cm

Posisi : Horisontal

Bahan : Artpaper 180 gram

Cetak : 4 warna (CMYK)

5.4.4 Pemasaran

Cover ini dikemas beserta kotak dan kasetnya ditujukan kepada penggemar lewat toko-toko kaset.

5.4.5 Harga

Film separasi warna dan plat cetak

- a. Film separasi warna @ Rp.300,00/cm²

12x12xRp.300,00 Rp. 43.200,00

- b. Plat warna 4 buah @ Rp.80.000,00/warna

4xRp.80.000,00 Rp. 320.000,00 +

Rp. 363.200,00 (I)

Bahan baku

Art paper 180 gram ukuran plano 65 x 100 @ Rp.350.000,00/rim

1 rim = 500 plano = 2.000 cover

Rp. 350.000,00 (II)

Ongkos cetak

Untuk cetak 4 warna @ Rp.750.000/warna

750 x 4 x 2000 Rp.6.000.000,00 (III)

(I) + (II) + (III) = Rp.6.713.200,00

- PPN 10 % Rp. 671.320,00 +

- Total biaya produksi Rp.7.384.520,00

5.4.6 Lampiran Karya

6. PROYEK BILLBOARD IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

6.1 PENGERTIAN BILLBOARD IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

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

Iklan adalah berita tentang suatu barang atau jasa yang ditujukan kepada orang banyak dengan tujuan agar mau menggunakan barang atau jasa tersebut: pemberitahuan kepada massa tentang barang atau jasa yang dijual (Peter Salim, 1992:554). Atau *iklan* adalah pesan komunikasi di media yang pemasangannya dilakukan atas pembayaran (Nuradi, 1996:4).

Layanan adalah perihal atau cara melayani (Peter Salim, 1992:841).

Masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama (Peter Salim, 1992:954).

Billboard merupakan jenis Media Luar Ruang yang paling tua. Ia adalah medium iklan yang bersifat statis, tidak berubah-ubah atau bergerak (Boy Parla, 2001:24).

Dalam kreatif *billboard*, pesan yang disampaikan tidak perlu bertele-tele. Idealnya pesan yang disampaikan tidak boleh lebih dari tujuh kata, karena apabila lebih tidak lagi menjadi sebuah billboard dan orang akan sulit untuk membacanya dalam waktu sekali lihat. Teknologi dalam pembuatannya kini

telah berkeimbang. Jika dulu dilakukan dengan *body painting* kini sudah menggunakan stiker dengan bahan vinil (bahan ini tidak perlu didatangkan dari luar negeri). Vinil mempunyai daya tahan terhadap cuaca selama dua tahun, sedangkan konsumen biasanya menggunakan *billboard* hanya setahun (BoyParla, 2001:24).

6.2 FUNGSI BILLBOARD IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Billboard pada umumnya berfungsi sebagai tanda peringatan atau sebagai pengumuman bagi masyarakat umum akan suatu pesan, peristiwa atau pertunjukan dan biasanya akan diletakkan pada tempat-tempat yang strategis.

Billboard iklan layanan masyarakat ini difokuskan untuk mengingatkan dan memberitahu masyarakat mengenai suatu hari besar atau sebagai sarana suatu organisasi untuk memberi ucapan terhadap suatu hari peringatan atau hari besar tertentu kepada masyarakat luas.

6.3 TARGET KONSUMEN BILLBOARD IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Konsumen dari iklan billboard bersifat umum dibanding dengan proyek lainnya, ditujukan pada masyarakat luas.

6.4 KONSEPPERANCANGAN VISUAL

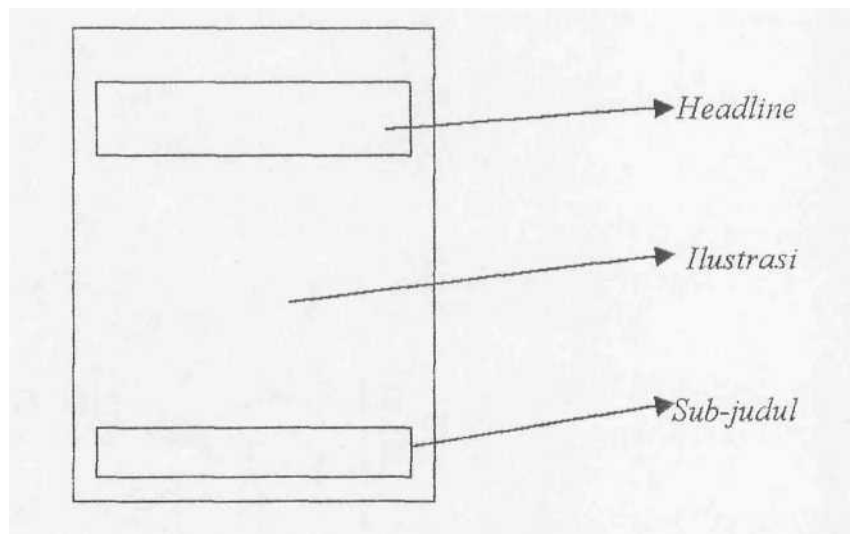
6.4.1 DataLay-Out

Lay-out billboard ini menggunakan ilustrasi seekor anak orang utan yang tampak ketakutan berada di dalam kurungan. **Headline** bertuliskan "AKU INGIN PULANG" yang terletak horizontal di bagian atas. Dan pada bagian bawah terdapat logotype bertuliskan "KEMBALIKAN MEREKA KE HABITATNYA" dengan posisi horizontal.

6.4.2 Konsep Lay-Out

6.4.2.1 Komposisi Ruang

Komposisi ruang proyek ini adalah a-simetris karena unsur pada sisi kiri dan kanan tidak sama penuhnya, dan tidak sama karena sisi kanan lebih berat dari pada sisi kiri.



6.4.2.2 *Headline*

Headline proyek ini menggunakan gradasi warna kuning dan putih dan jenis huruf yang dipakai adalah **Arial**, bertuliskan "AKU INGIN PULANG". Maksud dari headline tersebut adalah kata-kata yang seolah-olah diucapkan oleh anak orang utan pada khususnya atau binatang liar lain pada umumnya yang ditangkap oleh manusia untuk dieksploitasi.

6.4.2.3 *Sub-judul*

Sub-judul berisi .kalimat "KEMBALIKAN MEREKA KE HABITATNYA" dengan jenis huruf **Arial** dan berwarna putih terletak di bagian bawah.

6.4.2.4 *Ilustrasi Visual*

Proyek billboard ini menggunakan gambar seekor anak orang utan yang tampak ketakutan di dalam kurungan. Maksud dari ilustrasi tersebut adalah menggugah masyarakat untuk ikut memikirkan kelestarian hidup hewan langka khususnya orang utan.

6.4.3 Kriteria Desain

6.4.3.1 Desain

Ukuran : 40 x 60 cm

Posisi : Vertikal

Skala : 1 : 10

Visualisasi : Menggunakan teknik airbrush dan plakat

6.4.3.2 Fortnat Jadi

Ukuran : 4 x 6 m

Posisi : Vertikal

Bahan : Vynil

Cetak : 4 warna (CMYK)

6.4.4 Pemasaran

Tujuan dipasangnya *billboard* ini adalah untuk mengingatkan dan menyadarkan masyarakat tentang perlunya menjaga kelestarian lingkungan hidup khususnya hewan langka seperti orang utan. Pemasangan *bittboard* cukup efektif apabila ditempatkan di lokasi atau titik yang strategis seperti di jalan-jalan utama dan kawasan yang ramai seperti di jalan Pemuda dan Basuki Rakhmat.

6.4.5 Harga

- **Print Rp.350.000,00/m²**

4x6xRp.350.000.00 **Rp.8.400.000,00 (I)**

Konstruksi penyangga - Pipa kotak 3 x 3 cm @ Rp.27.000/6m

8 x Rp.27.000,00 **Rp. 216.000,00 (II)**

Tiang Penyangga

- a. Besi besar 6 dim (2 buah)

@Rp.210.000,00/lonjor Rp. 420.000,00

- b. Besi besar 4 diin (2 buah)

@Rp.120.000,00/lonjor Rp. 240.000,00

- c. Besi besar 3 dim (2 buah)

@ Rp.87.000,00/Ionjor Rp. 174.000.00 +

Rp. 834.000,00 (III)

Pajak

Pajak (jalan kelas I)

4 x 6 x Rp.388.000,00 Rp. 9.312.000,00

Retribusi

(4x6)xRp.4.000,00 + (4xRp.5.000,-) Rp. 116.000,00

Jaminan

(4x6)xRp.5.000,00

Rp. 120.000,00 +

Total pajak

Rp.9.548.000,00 (IV)

(I) + (II) + (III) + (IV)

Rp. 18.998.000,00

Biaya desain 20 %

Rp.3.799.600,00 +

Total biaya produksi

Rp.22.797.600,00

6.4.6 Lampiran Karya

7. PROYEK DAFTAR MENU "KAFFE CANGKIR"

1.1 PENGERTIAN DAFTAR MENU

Daftar adalah catatan sejumlah hal atau nama (tentang kata-kata, nama orang, barang dsb.) yang disusun berderet dari atas ke bawah (Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi IV. 1995:203).

Menu adalah daftar atau rangkaian jenis makanan dan minuman yang tersedia dan dapat dihidangkan (Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi IV, 1995:647).

Daftar menu adalah daftar makanan dan minuman yang tersedia dan dapat dibeli di sebuah restoran atau warung atau kafe.

7.2 FUNGSI DAFTAR MENU

Proyek daftar menu ini adalah untuk menciptakan sebuah daftar menu yang menarik, sederhana tetapi cukup representatif dari sebuah kafe. dalam hal ini Kafe Cangkir.

7.3 TARGET KONSUMEN DAFTAR MENU

Desain daftar menu ini ditujukan kepada konsumen kafe yang ingin memesan makanan atau minuman di kafe ini.

7.4 KONSEP PERANCANGAN VISUAL

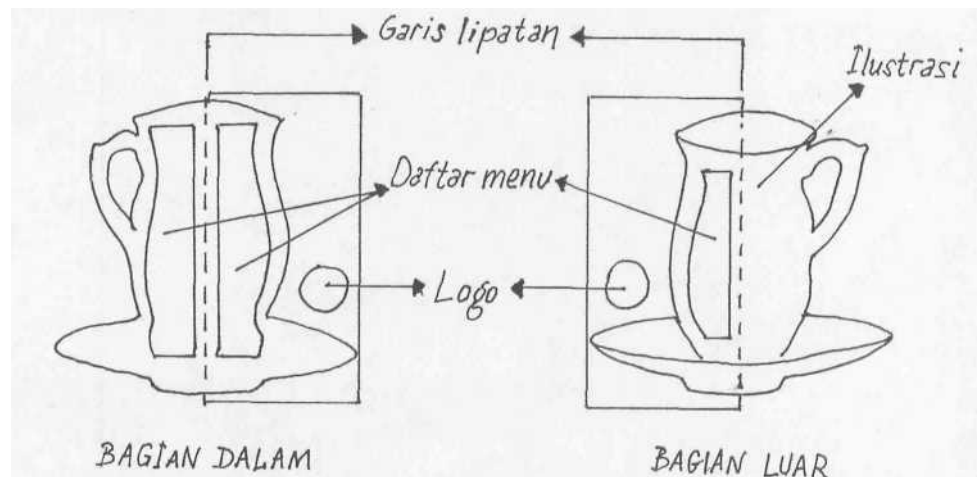
7.4.1 Data Lay-Out

Lay-out daftar menu ini menggunakan ilustrasi sebuah cangkir tanpa **latar belakang**. **Headline** berwarna putih dengan logo Kafe Cangkir.

7.4.2 Konsep Lay-Out

7.4.2.1 Komposisi Ruang

Komposisi ruang proyek ini adalah asimetris karena sisi kiri dan kanan unsur-nya tidak sama, dan tidak sama karena sisi kiri dan kanan tidak sama beratnya.



7.4.2.2 Logo

Logo daftar menu ini adalah logo Kafe Cangkir yang menggunakan warna putih.

7.4.2.4 *Ilustrasi Visual*

Daftar menu ini berbentuk gambar cangkir. Bagian dalam dan belakangnya berisi daftar menu. Bagian depannya berupa gambar cangkir.

7.4.3 Kriteria Desain

7.4.3.1 *Desain*

Ukuran : 40 x 40 cm

Posisi : Horisontal

Skala : 1 : 1

Visualisasi : Manual

7.4.3.2 *Format Jadi*

Ukuran : 40 x 40 cm

Posisi : Hoiisontal

Bahan : Kerlas daur ulang

Cetak : Menggunakan teknik airbrush dan plakat serta manual

7.4.4 Pemasaran

Daftar menu ini tidak untuk dijualbelikan karena akan digunakan sendiri oleh pengelola Kafe Cangkir.

7.4.5 Harga

- Kertas daur ulang ukuran 40 x 40 @ Rp.3.000,00
50x3.000 Rp. 150.000,00 (I)
- Laminating @ Rp. 10.000,00
50x10.000 Rp. 500.000,00 (II)
Cat warna hitam dan putih @ Rp.7.500,00/kaleng
2x7.500 Rp. 15.000,00 (III)
(I) + (II) + (III) = Rp. 665.000,00
- Ongkos kerja 10% Rp. 66.500,00 +
- Total biaya produksi Rp. 731.500,00

7.4.6 Lampiran Karya