

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	iv

f

PENDAHULUAN.....	1
-------------------------	----------

BABI IKLAN TV.....	4
II Pengerlian Iklan TV.....	4
12 Fungsi Iklan TV.....	4
13 Konsumen Iklan TV.....	4
14 Konsep Perencanaan Visual	4
14.1 Data Layout	4
14.2 Konsep Story Board	5
15 Ilustrasi Visual	9
16 Harga	9
17 Target Pasar.....	10
18 Lampiran karya.....	11

BAB II POSTER.....	12
11.1 Pengertian Iklan TV.....	12
11.2 Fungsi Iklan TV.....	12
11.3 Konsumen Iklan TV.....	12
11.4 Konsep Perencanaan Visual.....	12
11.4.1 Data Layout.....	12
11.4.2 Konsep Layout.....	13
11.5 Kriteria Desain.....	14
11.5.1 Desain.....	14

II.5.2	FormatJadi	14
11.6	Harga	14
11.7	Target Pasar.....	15
11.8	Lampiran Karya	16
BABIII	IKLAN MAJALAH	17
111.1	Pengertian Iklan TV.....	17
111.2	Fungsi Iklan TV.....C.....	17
111.3	Konsumen Iklan TV.....	17
111.4	Konsep Perencanaan Visual	18
III.4.1	DataLayOut	18
IH.4.2	KonseplayOut	18
111.5	Kriteria Desain	19
III.5.1	Desain	19
III 5.2	Format Jadi	19
111.6	Margn	19
III.7	Targct Pasar.....	20
II 1.8	Lampiran Karya	21
BABIV	STIKER.....	22
IV. 1	Pengertian Stiker.....	22
IV.2	Fungsi Stiker.....	22
IV.3	Konsumen Stiker.....	22
IV 4	Konsep Perencanaan Visual	22
IV.4.1	DalaLayOut	23
IV 4 2	Konsepl.ayOut	23
IV 5	Knteria Dcsam.....	24
IV.5.1	Dcsain	24
IV.5.2	FormatJadi	24
IV.6	llarga	24
IV.7	Tamel Pasar.....	24

IV.8	Lampiran Karya	25
BABVBROSUR		26
V. 1	Pengertian Brosur	26
V.2	Fungsi Brosur	26
V.3	Konsumen Brosur	26
V.4	Konsep Perencanaan Visual	27
V.4.1	DataLayOut <i>f.</i>	27
V.4.2	KonsepLayOut	27
V.5	Kriteria Desain	28
V.5.1	Desain	28
V.5.2	FormatJadi	29
V.6	Harga	29
V.7	Target Pasar	30
VI	Lampiran Karya	31
BABVI BILLBOARD		32
VI.1	Pengertian Billboard	32
VI.2	Fungsi Billboard	32
VI.3	Konsumen Billboard	32
VI.4	Konsep Perencanaan Visual	33
VI.4.1	DataLayOut	33
VI.4.2	Konsep Lay Out	33
VI.5	Kriteria Desain	34
VI.5.1	Desain	34
VI.5.2	FormatJadi	34
VI.6	Harga	34
V1.7	Target Pasar	34
VI.	Lampiran Karya	36

PENUTUP.....	37
DAFTAR PUSTAKA	38

f

PENDAHULUAN

Proyek Tugas Akhir dalam mata kuliah Keahlian Grafis ini merupakan syarat mutlak kelulusan yang diberikan oleh Fakultas Seni dan desain, Program Pendidikan Komunikasi Arsitektur dan Interior, jurusan desain grafis, di Universitas Kristen Petra. Dan juga merupakan suatu sarana untuk mengukur atau menelaah seberapa besar kemampuan seorang mahasiswa dalam menerapkan ilmu-ilmu yang telah ia peroleh di bangku perkuliahan.

Seiring dengan perkembangan jaman pada saat ini dalam hal periklanan ataupun pemasaran yang menuntut seorang desainer grafis untuk lebih mampu menghasilkan suatu ide atau karya grafis yang cemerlang baik itu inovatif, kompetitif, aktual, serta mudah dimengerti oleh masyarakat konsumen.

Desain grafis memiliki 2 dimensi, contohnya : ilustrasi, *typographi*, dan metode melukis (Nuradi, 1996 ; 76). Sedangkan desain grafis itu sendiri dapat diartikan sebagai suatu media komunikasi yang berupa : grafik, angka, huruf, gambar dalam bentuk 2 dimensi.

Adapun beberapa elemen penting yang harus diperhatikan dalam sebuah desain grafis antara lain :

Obyek atau *Ilustrasi Visual*, adalah :

Gambar, foto atau tanda-tanda dimana merupakan unsure-unsur penting dalam komunikasi periklanan yang dapat mengungkapkan sesuatu secara lebih cepat, lebih jelas, dan dapat menembus perbedaan bahasa, karenanya ilustrasi visual dianggap sebagai " Bahasa Universal "

(Tim leksikon (irallka. 19X9 ; 37).

2. *logotype* adalah :

Symbol atau nama yang dipakai oleh suatu perusahaan
(Nuradi, 1996; 102).

3. *typogntphi*, adalah .

Mengarang, menyusun, mengatur yang berhubungan dengan tata letak, jenis huruf dan percetakan maupun produksi (Effendi, 1996 ; 181).

4. Warna adalah :

Pengalaman pengelihatian indera keenam manusia dan secara obyektif atau fisik mempunyai sifat yang memancarkan cahaya, diteruskan atau dipantulkan (Poerwadarmita , 1985 ; 249).

5. Komposisi adalah :

Mengarang, menyusun, mengatur, yang berhubungan dengan keindahan seperti : titik, garis, bidang, dan warna
(Poerwadarmita , 1985 ; 249).

6. *Head line* adalah :

Kalimat pendek atau frase yang ditempatkan pada sebuah iklan dengan menggunakan huruf yang menonjol (Nuradi, 1996 ; 81).

7. *Body copy* adalah :

Teks iklan yang memunculkan pesan-pesan utama iklan yang bersanukutan (Nuradi . 1996 ; 18)

Sekilas tentang "Bir Bintang"

Bir Bintang diproduksi oleh PT. Multi Bintang Indonesia Mojokerto, Tangerang. Dengan kemasan botol berwarna hijau dengan label yang dominan dengan warna merah, tulisan berwarna putih dan sedikit warna hitam sebagai bagian tulisan. Ada tiga kemasan bir bintang yaitu botol besar, kaleng dan botol kecil.

Bir ini merupakan minuman sejenis soft drink, dibuat dengan bahan-bahan pilihan seperti malt, hops dan air, yang diproduksi secara sempurna dan dilermostasikan. Sehingga di dalam bir bintang terdapat kandungan alkohol kira-kira 5 %. Target pasar Bir Bintang adalah kalangan menengah ke atas khususnya kaum laki-laki. Karena mengandung alkohol. Bir Bintang bisa menyebabkan

mabuk bila diminum terlalu banyak. Oleh sebab itu konsumen Bir Bintang dibatasi oleh usia bahkan oleh agama tertentu.

Dalam penyelesaian Proyek Tugas Akhir ini penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menghasilkan karya yang sebaik-baiknya. Adapun perwujudan dari Tugas Akhir tersebut terdiri dari 6 macam karya grafis dengan tema Bir Bintang " Bintang Segalanya ", antara lain :

1. Story Board Bir Bintang " Bintang Segalanya "
2. Poster Bir Bintang " Bintang Segalanya "
3. Iklan Majalah Bir Bintang " Bintang Segalanya "
4. Stiker Bir Bintang " Bintang Segalanya "
5. Brosur Bir Bintang " Bintang Segalanya "
6. Billboard Bir Bintang " Bintang Segalanya "

r