

BAB II

TINJAUAN PROJEK

i, Proyek Poster Pariwisata Gunung Bromo

Ilustrasi poster ini adalah Gunung Bromo yang terlihat pada saat matahari terbit dari lokasi Gunung Bromo. Pemandangan tersebut terlihat siluet kemudian matahari terbit dari balik Gunung Bromo yang akan memancarkan sinar pagi dengan pemandangan yang indah.

:

Headline "COME TO BROMO" menggunakan warna putih dengan bayangan hitam yang disesuaikan dengan warna tanah dan pasir di sekitar Gunung Bromo.

:

1.1. Pengertian Poster Pariwisata Gunung Bromo

Poster adalah plakat yang dipasang di tempat umum berupa pengumuman/iklan (W.J.S. Poerwadarminta, 1986: 697).

;

Poster juga dapat didefinisikan sebagai iklan berwarna berukuran besar yang dicetak pada lembaran kertas dan ditempelkan pada panel, dinding / kaca jendela (Nuradi, 1996: 130).

j

Pariwisata adalah : segala sesuatu yang berhubungan / berkaitan dengan

dan ditempatkan di tempat umum. Berisikan sesuatu tempat pariwisata / tempat rekreasi Gunung Bromo yang berada di Probolinggo Jawa Timur.

1.2. Fungsi Poster Pariwisata Gunung Bromo

Poster berfungsi sebagai media menyampaikan pesan mengenai tempat pariwisata Gunung Bromo yang berada di Probolinggo Jawa Timur.

1.3. Target Konsumen Poster Pariwisata Gunung Bromo

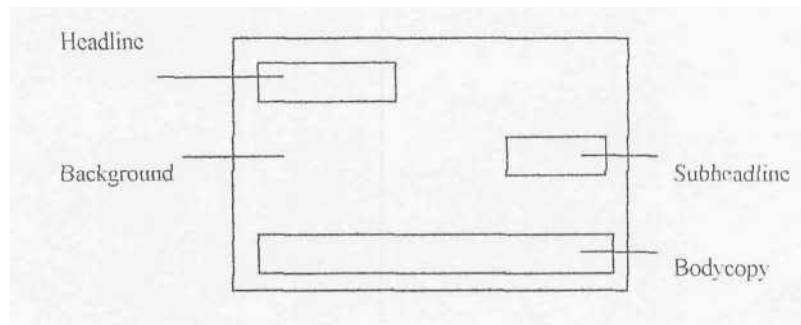
Para wisatawan domestik dan mancanegara yang belum melihat dan menikmati secara langsung panorama dan keindahan Gunung Bromo.

1.4. Konsep Perencanaan Visual

1.4.1. DataLayOut

Lebih difokuskan pada gambar Gunung Bromo dan saat matahari terbit. Dengan tampilan Headline "COME TO BROMO" yang mengajak masyarakat untuk bersama-sama melihat keindahan Gunung Bromo saat matahari terbit.

1.4.2. Konsep Lay Out



Komposisi ruang : Desain berbentuk asimetris, karena komposisinya teratur dengan didukung warna yang sesuai.

Headline "COME TO BROMO" dengan menggunakan typografi Arial Black dengan bayangan hitam.

Makna : Agar memperjelas ilustrasi yang dimaksudkan, tetapi tidak mengganggu keseimbangan desain, dengan coratan merah untuk memperjelas tempat yang dituju.

Subheadline adalah kepala judul dari poster tersebut yang tulisan "want to see sunrise" berwarna hitam, agar sesuai dengan warna tanah di Gunung Bromo yang gelap. Jenis Tipografi Arial Black.

Bodycopy adalah anak judul dari poster itu sendiri dengan tulisan "CONTACT US AT STARLET TOUR AND TRAVEL (031) 8412433".

Ilustrasi : Gunung Bromo dengan gambar yang terlihat saat matahari terbit dengan warna kekuningan dibalik gunung saat pagi hari.

Makna : Ilustrasi Gunung Bromo agar pesan yang disampaikan jelas.

1.4.3. Kriteria Desain

Desain

- Ukuran : 40x60cm
- Posisi : Landscape (tidur)
- Skala : 1 : 1
- Bahan : Karton Manila BC. 100
- Visualisasi : - Pewarnaan : bahan : cat poster.
Alat : kuas, palet, cat poster,
- Teknik : basah dan teknik rugos

Format Jadi

- Ukuran : 40 x 60 cm
- Posisi : Landscape (tidur)
- Bahan : Karton ManilaBC. 100
- Cetak : 4 warna CMYK dengan UV

1.5. Target Pasar

Ditempatkan pada dinding-dinding yang terletak di tempat-tempat tertentu.

Tempat-tempat hiburan : Departement Store, taman hiburan, pusat-pusat rekreasi lainnya. Karena tempat-tempat tersebut diatas kemungkinan dikunjungi wisatawan domestik atau mancanegara.

1.6. Perkiraan Biaya

- film separasi warna Rp 180/ cm ²	
(60 cm x 40 cm x Rp 180)	Rp 432.000,-
- Plat cetak 4 warna x @ Rp 60.000,-	Rp 240.000,-
- Bahan baku kertas art paper 180 gr	
½ rim 250 plano = 500 exm poster	Rp 240.000,-
- ongkos cetak 4 warna Rp 200,-	
4 x 200 x 500 exm	Rp 400.000,-
- Total	Rp 1.312.000,-
- Ppn 10 %	Rp 131.200,-
- Biaya Desain 20%	Rp 262.400,-
- Biaya Total	<u>Rp 1.705.600,-</u>

2. Proyek Billboard Perlindungan Satwa Anak Harimau

Ilustrasi poster Desain Billboard ini adalah tentang perlindungan satwa Anak Harimau dengan latar belakang rerumputan.

Pesan yang disampaikan yaitu "Lindungilah Saya..." Hal ini dimaksudkan bahwa anak harimau mempunyai hak untuk dilindungi seperti halnya induknya. Habitat harimau semakin berkurang dengan dibangun pelebaran jalan dan pemukiman baru.

2.1. Pengertian Billboard Perlindungan Satwa Anak Harimau

Billboard adalah : papan yang dipasang ditempat yang banyak dikunjungi atau dilalui orang, atau juga biasa disebut media iklan luar ruangan (outdoor), untuk menempeikan pengumuman, iklan dan lain-lain yang bersifat publikasi. (Effendy, 1996 : 279).

Sedangkan pengertian dari billboard "Perlindungan Satwa Anak Harimau" adalah media pengumuman atau pemberitahuan bahwa anak harimau harus dilindungi.

2.2. Fungsi Billboard Perlindungan Satwa Anak Harimau

Fungsi dari Billboard adalah sebagai media outdoor yang digunakan untuk menginformasikan kepada seluruh pemakai jalan yang melintasi billboard tersebut atau dengan kata lain promosi atau pemberitahuan kepada masyarakat yang berupa ajakan, seruan, peringatan, larangan dengan ukuran

yang sangat besar sehingga memungkinkan untuk dilihat oleh orang secara jelas.

Sedangkan fungsi dari Billboard "Anak Harimau" untuk mengajak masyarakat untuk lebih peduli pada kehidupan anak harimau yang juga membutuhkan perlindungan, hidup yang layak di habitatnya. Untuk pelestarian kehidupan harimau di kemudian hari.

2.3. Target Konsumen Billboard Peiiindungan Satwa Anak Harimau

Seluruh masyarakat Tndonesia yang peduli akan kelangsungan hidup anak harimau.

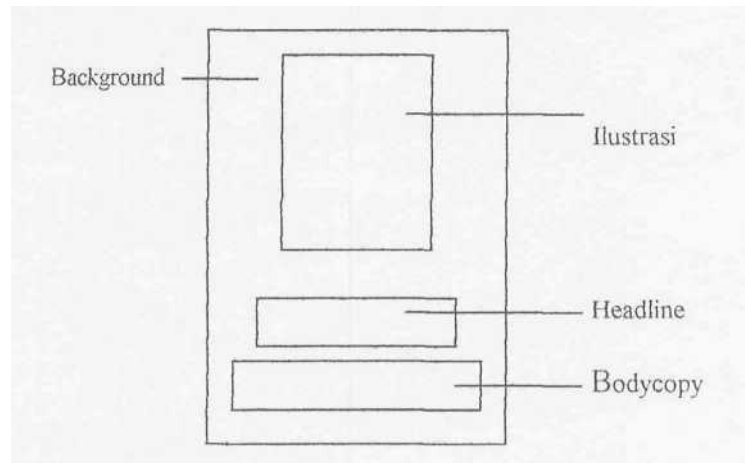
2.4. Konsep Perencanaan Visual

2.4.1. Data Lay Out

Lebih difokuskan pada ilustrasi yaitu gambar anak harimau dan background yang merupakan habitatnya padang rerumputan.

Tampilan headline pada billboard ini "Lindungiiah Saya....!" yang mengajak masyarakat untuk memperhatikan kehidupan anak-anak harimau yang hampir terlupakan perhatiannya. Karena itu habitatnya harus dilindungi untuk kelangsungan hidup.

2.4.2. Konsep Lay Out



Komposisi ruang : Desain berbentuk simetris, karena komposisinya teratur dengan didukung warna yang sesuai.

Headline adalah kepala judul dari billboard tersebut yang tulisan "Lindungilah Saya...!" berwarna merah, bermakna sebagai peringatan terhadap satwa yang dilindungi. Jenis Tipografi Comic Sans dengan bayangan berwarna putih untuk memberikan jarak pada background.

Bodycopy : "IKLAN LAYANAN INI PERSEMBAHAN WWF (dengan logo)" dengan menggunakan typografi Times New Roman.

Makna : Agar memperjelas ilustrasi yang dimaksudkan, tetapi tidak mengganggu keseimbangan desain.

Background : berwarna kuning agar billboard tersebut lebih menonjol diantara banyak billboard.

Ilustrasi : Anak harimau dengan background rumpun sebagai habitatnya dengan warna kehijauan.

Makna : Ilustrasi Anak harimau agar pesan yang disampaikan jelas.

2.4.3. Kriteria Desain

Desain

- Ukuran : 32 x 64 cm
- Posisi : Potrait (tegak)
- Skala : 1 : 6,25
- Visualisasi : Pewarnaan : Bahan : Cat Poster, Catair
Alat : Kuas
Teknik : basah dan teknik rugos
- Bahan : Kertas karton BC manila

Format Jadi

- Ukuran : 2 x 4 meter
- Posisi : Potrait (tegak)
- Bahan : Colley Brite
- Cetak : 4 warna CMYK lapis UV

2.5. Target Pasar

Seluruh masyarakat Indonesia khususnya yang peduli akan kelangsungan hidup satwa di Indonesia khususnya.

2.6. Perkiraan Biaya

- Cat Rp 250.000,-	
2 x 4 Rp 250.000,-	Rp 2.000.000,-
- Bahan aluminium Rp 275.000,-/m2	
2 x 4 x 275.000,-	Rp 2.200.000,-
- Konstruksi penyangga	
Pipa kotak 4x4 cm @Rp 24.000,-/4m2	
11 x Rp 24.000,-/4m2	Rp 264.000,-
- Konstruksi tiang penyangga	
Rp 200.000,-/m2, diameter 20 cm	
8,5 x Rp 200.000,-/m2	Rp 1.700.000,-
- Pajak jalan kelas I Rp 388.000,-	
2 x 4Rp388.000,-	Rp3.104.000,-
- Restibusi	
(2 x 4 x Rp 8.000,-) + (8,5 x Rp 8.000,-)Rp	132.000,-
- Jaminan 2 x 4 Rp 12.000,-	Rp 96.000,-
- Total	Rp 9.496.000,-
- Ppn10%	Rp 949.600,-
- BiayaDesain	Rp 2.000.000,-
- BiayaTotal	<u>Rp 20.992.000,-</u>

3. Proyek Cover CD Musik Tradisional "GOISG 2002"

Proyek cover compact disc adalah sebuah musik tradisional gamelan berasal dari Jawa Tim'ur, yang alunan iramanya cenderung lambat dinyanyikan oleh seorang waranggana (sebutan. Vokalis atau sinden) bernama Nyi Supadmi dengan tembang atau lagu berjudul Dhandhanggula.

"Gong 2002" adalah cover CD yang berisikan lagu dengan iringan gamelan. Cover CD "GONG 2002" menggunakan typografi Carmine Tango.

Ilustrasi dari cover CD sebuah gong dengan background antara warna gelap dan terang yang diartikan gelap ini karena hampir dilupakan atau ditinggalkan dan terang diperkenalkan kembali kepada generasi muda sekarang.

3.1. Pengertian Cover CD Musik Tradisional "GONG 2002"

Cover adalah pembungkus, sampul, penyalul, sarung (W.J.S. Poerwadarminta, 1986 : 778).

Dalam pengertiannya Compact Disc adalah lempengan yang berbentuk bulat pipih, dengan diameter 6 cm, dan berisi lagu-lagu yang terdapat di dalamnya. Sedangkan pengertian *Cover Compact Disc* adalah sampul depan yang berfungsi untuk menunjukkan kepada masyarakat, siapa yang menyayikan lagu yang terdapat dalam compact disc, umumnya cover CD berukuran 12 x 12 cm.

3.2. Fungsi Cover CD "GONG 2002"

Fungsi cover CD "GONG 2002" adalah untuk memberikan identitas terhadap CD "GONG 2002" disamping sebagai alat promosi bagi penjualan CD tersebut. Ciri khas cover CD "GONG 2002" adalah penggunaan warna yang didominasi oleh warna hitam siluet, keemasan dan kuning gading. Hal ini dimaksudkan agar tampak lain dengan cover-cover cd sejenis tanpa meninggalkan kesan artistiknya.

Memperkenalkan rekaman CD musik terbaru yang telah beredar di pasaran.

3.3. Target Konsumen Cover CD "GONG 2002"

Konsumen yang ingin mengenal irama musik tradisional Jawa Timur. Konsumen golongan ekonomi menengah keatas dengan usia antara empat belas hingga empat puluh tahun bermukim di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta dan Surabaya.

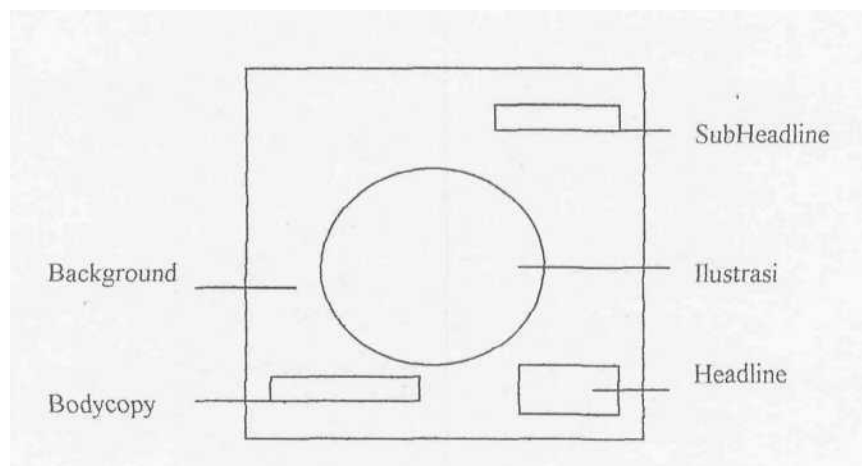
3.4. Konsep Perencanaan Visual

3.4.1. DataLayOut

Logotype "GONG 2002" yang tertera pada cover CD menggunakan jenis huruf Carmine Tango yang ditulis biasa dan diletakan di bagian kanan atas dari cover. Judul-judul instrumen diletakan di kanan bawah dengan huruf.

Latar belakang menggunakan warna hitam siluet dan kuning gading untuk memberi kesan menonjol pada logotype yang berwarna hitam dan gambar gong yang didominasi warna keemasan.

3.4.2. Konsep Lay Out



Komposisi Ruang : Semetris karena beraturan ilustrasi dengan warna background.

- **Hcaclinc** : Gong 2002 maksudnya adalah gong salah satu alat musik pukul dari gamelan, 2002 tahun beredarnya dipasaran. Warna yang digunakan hitam, typografi carmine tango.

- **Subhealine** : "Palaran Dhandahnggula" adalah judul lagu yang dinyanyikan, waranggana Nyi Supadmi adalah nama penyanyi.

Bodycopy : Hanya di jual di Indonesia khusus di jual di wilayah Indonesia.

Ilustrasi : alat musik pukul gong yang terbesar tergantung dengan tali dan terlihat siluet gong lainnya.

Background : ada dua warna abu-abu yang diartikan bahwa lagu tradisional tersebut sudah ada sejak dulu. Warna kuning diartikan padajaman sekarang.

Proyek ini didenotasikan menjadi sesuatu hal yang terlupakan, dengan adanya musik modern yag merebut pasar anak muda sekarang. Seperti halnya gamelan, instrumen karawitan yang terdiri dari alat pukul.tiup dan gesek.

Gong adalah salah satu alat musik pukul yang paling besar, mempunyai diameter sekitar 70 cm. Gong termasuk alat pukul yang dipukul setelah hitungan ke-8 setelah baris birama, jadi pada akhir baris birama dipukul satu kali.

3.4.3. Kriteria Desain

Desain

-	Ukuran	:	40 x 40 cm
-	Posisi	:	vertical
-	Skala	:	3,34 : 1
-	Bahan	:	Karton BC Manila
-	Visualisasi	:	- Pewarnaan

Alat : kuas

- Teknik : basah dan rugos

Format Jadi

- Ukuran : 12 x 12 cm
- Posisi : Vertical
- Bahan : Art paper 120 gram
- Cetak : CMYK lapis UV

3.5. Target Pasar

Didistribusikan semua toko-tok kaset di kota besar di Indonesia.

3.6. Perkiraan Biaya

- Filmseparasi warna

Film separasi 4 warna CMYK (cyan, magenta, yellow, black)

(12X 12X Rp 60,- + Rp6.000,-)x4 Rp 58.560,-

- Plate 4 warna @ Rp 12.500,- Rp 50.000,-

- Total Rp108.560,-

- Bahan baku

Art paper 120 gr ukuran plano, 1 lembar

dapat dipakai untuk membuat 20 buah

cover. Untuk 10.00 lb diperiukan 1 rim

plano @ Rp 325.000,- Rp 325.000,-

- Ongkos cetak 4 warna Rp 900,-/sisi

(Rp 8.000,- X Rp 6.000,-)	Rp 4.800.000,-
Total	Rp 5.233.560,-
Ppn 10 %	Rp 523.356,-
GeneralTotal	Rp 5.756.916,-
Ongkos Desain 20 %	Rp 1.151.383,2
Total biaya produksi	<u>Rp 6.908.299,2</u>

4. **Proyek Cover Majalah Seni Musik "Top"**

Proyek cover majalah seni Top adalah Majalah berita musik remaja yang raembahas berita aktual dengan bahasa komuikatif dari majalah "TOP". Berita dari musik Indonesia dan mancanegara yang di sertai ulasan tangga lagu. Disebutkan pula dalam edisi perdana, yang bertajuk '**DEWA' yang bangun** menggunakan huruf Arial Black dengan warna putih dan outline berwarna merah.

4.1. **Pengertian Cover Majalah Seni Musik "Top"**

Cover atau sampul adalah barang tipis (kertas tipis, kain, dsb) untuk membungkus atau menyalut (W . J. S. Poerwadarminta, 1986 : 778).

Majalah adalah terbitan berkala yang isinya berbagai liputan jurnalistik. Pandangan teThadap topik aktual yang patut diketahui konsumen yang kala terbitnya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulan, mingguan dsb (W. J. S. Poerwadarminta, 1986 : 545) jadi cover majalah adalah sampul pembungkus / penyalut suatu majalah.

4.2. **Fungsi Cover Majalah Seni Musik "Top"**

Cover majalah berfungsi untuk memperindah penampilan majaiah pada bagian depan dan belakang sehingga tampak rapi dan indah, isinya terlindungi dan tidak mudah rusak.

4.3. Target Konsumen Cover Majalah Seni Musik "Top"

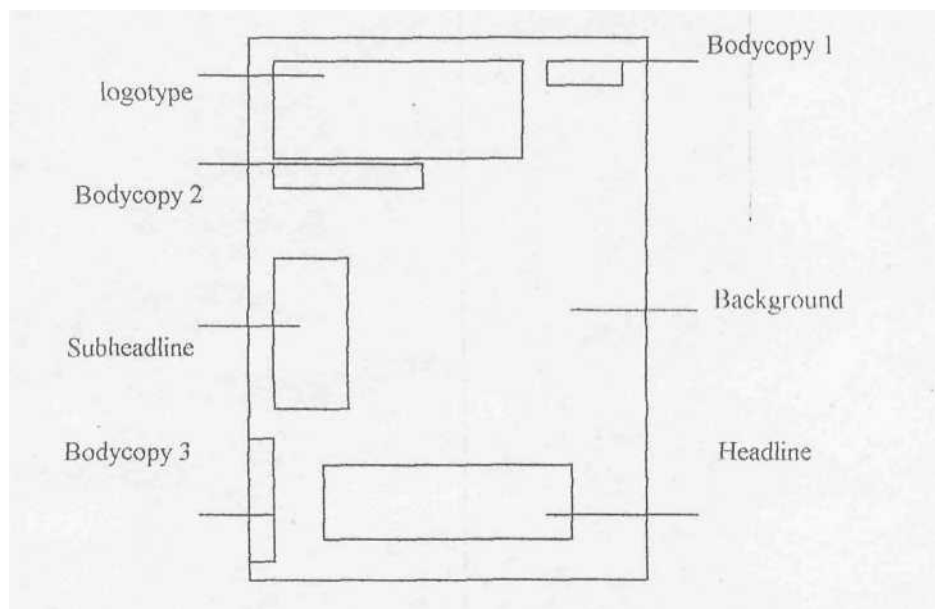
Cover majalah ini konsumernya adalah remaja berusia 14- 24 tahun. Masyarakat menengah keatas yang bermukim di kota-kota besar Jakarta, Surabaya dan Bandung.

4.4. Konsep Perencanaan Visual

4.4.1. DataLayOut

Logotype ini bertajuk '*DEfVA*' yang *bangun* menggunakan huruf Arial Black. Gambar mata yang berbentuk hati melambangkan kesetiaan menunggu, yang sangat panjang.

4.4.2. Konsep Lay Out



- **Komposisi ruang** : Desain berbentuk asimetris, karena komposisinya teratur dengan didukung warna kontras.
- **Logotype** : Logotype bertajuk 'TOP' memakai huruf *Arial Black* dengan warna putih dan outline berwarna biru. Logotype ini diletakan di bagian atas paling kiri atas pada bidang 'gambar. Huruf "O" pada Top bergambar piringan Compact disc.
- **Headline** : Headline 'DEWA' yang bangun..., diartikan sebagai grup "Dewa" yang sudah setahun tidak mengeluarkan album baru, memakai jenis huruf *Arial Italic* berwarna putih dan outline berwarna merah dengan diletakan di bagian bawah.
- **Subheadline** : Subheadline The groove- Linkin' Park, memakai huruf *Harley Bold* berwarna putih.
- **Bodycopy 1** : Bodycopy 1 Rp 12.500,- , Luar Jawa Rp 15.000,-, menggunakan huruf *Arial Italic* berwarna putih.
- **Bodycopy 2** : Majalah Musik Bulanan Edisi #001, menggunakan huruf *Arial Italic* berwarna putih.
- **Bodycopy 3** : Edisi Perdana, #001/04/18/02, menggunakan huruf *Arial Italic* berwarna hitam.
- **Background** : Ilustrasi visual cover majalah ini terdiri dari gambar mata dewa dengan berhiaskan mahkota emas, bayangan berwarna biru pada sisi kiri.
- **Ilustrasi** : mata dengan bentuk hati yang berwarna merah yang melambangkan cinta, lempengan emas mengelilingi mata, di atasnya

mahkota dan bagian bawah tanaman rambut. Di bawah gambar mata ada tulisan Dewa. Ilustrasi tersebut diambil dari cover kaset Dewa yang baru.

4.4.3. Kriteria Desain

Desain

- Ukuran : 42x58cm
- Posisi : Portrait (tegak)
- Skala : 2 : 1
- Bahan : Hi - Resolution Paper
- Visualisasi : Teknik - Komputer
Program Adobe Photoshop 6.0 dan
Macromedia Freehand 10.

Format Jadi

- Ukuran : 21 x29cm
- Posisi : Portrait (tegak)
- Bahan : Art Paper 100 gr
- Cclak : CMYKlapisUV

4.5. Target Pasar

Didistribusikan melalui kios-kios majalah, toko buku yang strategis.

4.6. Perkiraan Biaya

- Filmseparasi warna

Film separasi 4 warna CMYK

22X30XRpl20,- Rp 82.800,-

Biaya proof print 22X30X Rpl60,- Rp 105.600,-

Total Rp 188.400,-

- Bahan baku

Art paper 120 gr ukuran plano, 1
lembar dapat dipakai untuk membuat 5
buah cover. Untuk 2500 lb diperlukan

5 rim plano (5 X Rp 325.000,-) Rp 1.625.000,-

- Ongkos cetak 4 warna Rp 900,-/sisi

(Rp 3.500,-X Rp 900,-) Rp 3.150.000,-

Total Rp 4.775.000,-

- Ppn10% Rp 477.500,-

- Getieral Total Rp 5.252.500,-

- Ongkos Desain 20 % Rp 1.050.500,-

- **Total biaya produksi** **Rp 6.303.000,-**

5. Proyek Brosur Mobil Mercedes Benz CL 500

Proyek ini dikerjakan untuk mempromosikan mobil baru keluaran Mercedes Benz dengan seri CL 500. Keunggulan dan kecanggihan merupakan lebih baik dari yang terdahulu. Brosur ini dibuat sederhana tetapi mempunyai kesan nyaman, sesuai dengan kenyamanan yang ditawarkan oleh mobil tersebut.

5.1. Pengertian Brosur Mobil Mercedes Benz CL 500

Pengertian brosur adalah lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua atau lebih yang isinya adalah promosi oleh perusahaan otomotif.

Sedangkan mobil Mercedes Benz adalah produk mobil baru yang memiliki keunggulan performa, kestabilan, kenyamanan dan rasa aman. Pengertian Brosur mobil Mercedes Benz adalah lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua / lebih yang oleh perusahaan tersebut digunakan, untuk mempromosikan mobil keluaran baru dengan seri CL 500.

5.2. Fungsi Brosur Mobil Mercedes Benz CL 500

Fungsi brosur adalah sebagai media yang digunakan untuk menginformasikan suatu produk atau sebuah acara.

Fungsi brosur mobil adalah media yang digunakan oleh produsen kepada konsumen untuk menginformasikan bahwa produsen mobil keluaran baru tersebut, mempunyai desain terbaru jenis CL 500.

5.3. Target Konsumen Brosur Mobil Mercedes Benz CL 500

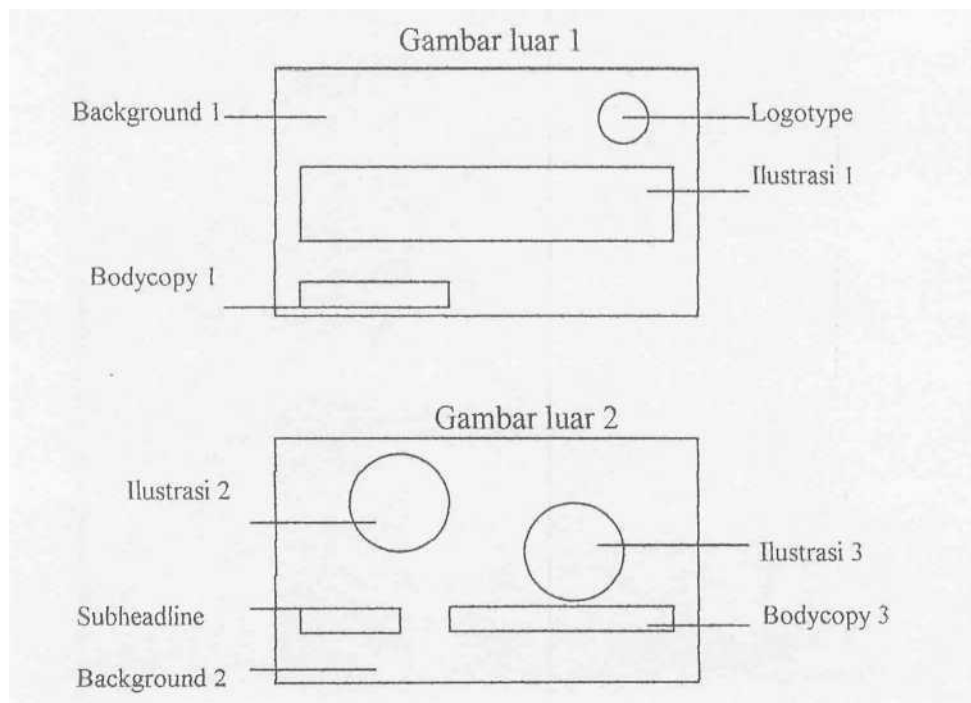
Konsumen mobil tersebut adalah eksekutif muda yang tertarik dengan teknologi canggih dan ingin bergaya dalam berkendara. Konsumen yang bermukim di kota besar yaitu Jakarta dan Surabaya yang berusia sekitar 25 - 35 tahun.

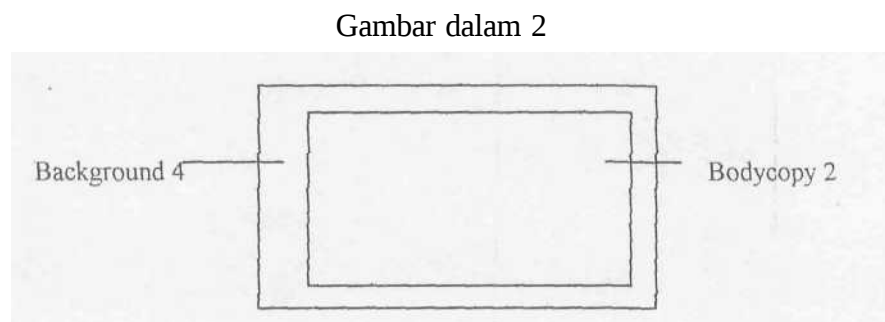
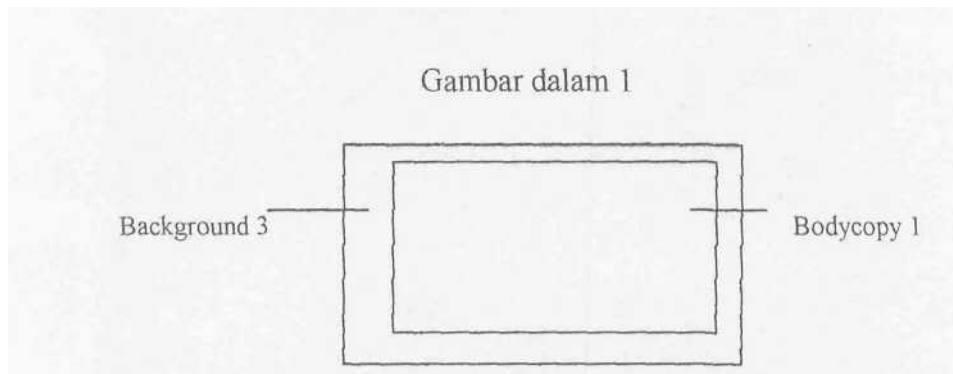
5.4. Konsep Perencanaan Visual

5.4.1. Data Lay Out

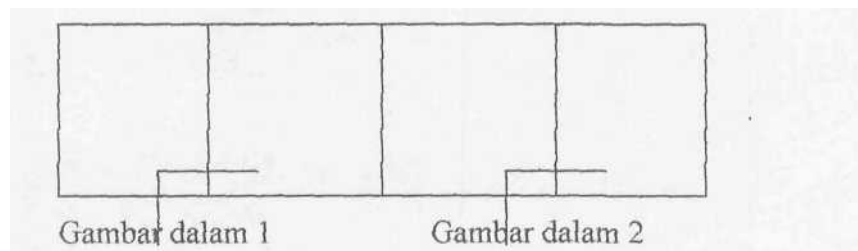
Desain pada brosur ini sederhana dengan tampilan kenyamanannya. Pemilihan background yang berwarna abu-abu bergradasi yang membuat kontras antara ilustrasinya yang menampilkan warna metalik. Brosur ini dibuat satu lembar bolak-balik dengan tiga lipatan.

5.4.2. Konsep Lay Out

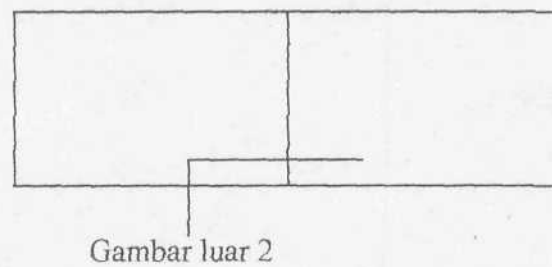




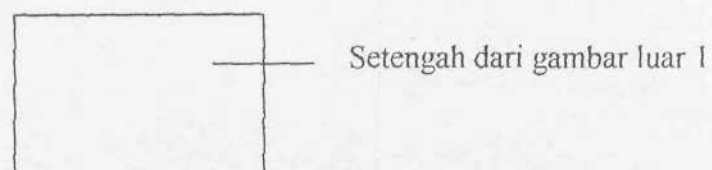
Bentuk lipatan 1



Bentuk lipatan 2



Bentuk lipatan akhir



- Komposisi **ruang** : Desain berbentuk asimetris, dengan warna yang kontras.
- **Headline** : CL 500 qualifiet berwarna putih, maknanya seri terbaru lebih berkualitasdalam hal mesin, model, kecepatan. CL 500 typografi Times New Roman, qualiflet typografi Times New Roman Italic.
- **Ilustrasi 1** : bagian depan kanan mobil dengan posisi miring berwarna biru iaut metalic, background biru langit.
- **Background 1** : warna abu-abu di antara ilustrasi bagian atas dan bawah
- Logotype : warna putih, typografi baku dari perusahaan.
- **Bodycopy 1** : warna hitam merupakan alamat dealer mobil.
- **Subheadline** : warna putih typografi Times New Roman.
- **Ilustrasi 2** : bagian depan kiri mobil warna abu-abu, background pemandangan alam.
- **Ilustrasi 3** : logotype mobil background 1 roda mobil bertuliskan strong, background 2 bagian beiakang mobil bertuliskan smooth dan background 3 interior mobil bertuliskan elegant.
- **Background 2** : abu-abu gelap typografi Times New Roman.
- **Background 3** : abu-abu terang antara baggground 2 dan 3 warna putih sebagai pembatas.
- **Bodycopy 3** : Mercedes-Benz warna abu-abu typografi baku.
- **Background 3 dan 4** : warna putih agar terlihat kontras.

- Bodycopy 4 dan 5 : tulisan warna hitam, typografi Arial, background terdapat siluet mobil dan warna abu-abu.

5.4.3. Kriteria Desain

Desain

- Ukuran : 30X25cm
- Posisi : Landscape (tidur)
- Skala : 1,5:1
- Bahan : High Resolution Paper
- Visualisasi : Pewarnaan Teknik Komputer
Program Adobe Photoshop 6.0 dan
Macromedia Freehand 10.

Format Jadi

- Ukuran : 58x21,5cm
- Posisi : Landscape (tidur)
- Bahan : ArtPaper 100gr
- Cetak : 4 warna CMYK lapis UV

5.5. Target Pasar

Pameran atau event-event tertentu yang bernuansa otomotif, diadakan di plasa-plasa terkemuka di Indonesia.

5.6. Perkiraan Biaya

- Filmseparasi warna @ Rp 160,-	
30 X 25 X Rp 160 =	Rp 120.000,-
- Plat cetak 4 warna @ Rp 50.000,-	
4 x Rp 50.000,- =	Rp 200.000,-
- Bahanbaku	
- Total	Rp 188.400,-
- Bahanbaku	
Artpaper 210gr (65x 100)	
@ Rp 450.000,- 1 rim = 4000 brosur	
- Ongkos cetak 4 warna @Rp 160,-	
160x44.000-	Rp 2.560.000,-
Total	Rp 3.330.000,-
- Ppn 10 %	Rp 333.000,-
• - General Total	Rp 3.663.000,-
- Ongkos Desain 20 %	Rp 732.600,-
- Total biaya produksi	<u>Rp 4.395.600,-</u>

6. Proyek Iklan Majalah Minuman Ringan the Juice

the JUTCE adalah produk minuman kesegaran dengan rasa buah jeruk asli yang segar yang dikemas dalam kaleng, berwarna orange, seperti warna jeruk asli. Minuman ini untuk menarik konsumen remaja, selain itu huruf yang digunakan Arial Black Italic.

6.1. Pengertian Iklan Majalah Minuman Ringan the Juice

Iklan adalah berita pesanan (untuk mendorong atau membujuk) kepada khalayak ramai terutama benda dan jasa yang ditawarkan / pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang / jasa yang dijual, yang dipasang didalam media masa seperti surat kabar dan majalah (W. J. S. Poerwadarminta, 1986 :322).

Majalah adalah terbitan berkala yang meliputi mberbagai liputan jurnalisti,, pandangan terhadap topik actual yang patut diketahui konsumsi pembaca, artikel dan menurut kala penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan, dsb. Menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, ilmu pengetahuan, tertentu dsb (W. J. S. Poerwadarminta, 1986 : 545).

Pengertian iklan majalah adalah sebuah media inibrmasi visual pada umumnya berukuran 21 cm x 28 cm dan bersifat untuk dibaca dengan jarak dekat.

Jadi iklan majalah minuman ringan the Juice adalah sebuah produk minuman yang menggunakan jasa media cetak untuk mempromosikan / menginformasikan pada masyarakat produk baru minuman ringan the Juice.

6.2. Fungsi Iklan Majalah Minuman Ringan the Juice

Salah satu iklan majalah karena dapat menjangkau segmen tertentu yang terspesifikasi. Fungsi iklan ini untuk menyampaikan pesan kepada konsumen akan adanya produk minuman ringan "**the JUICE**" yang mempunyai kemasan kaleng.

6.3. Target Konsumen Iklan Majalah Minuman Ringan the Juice

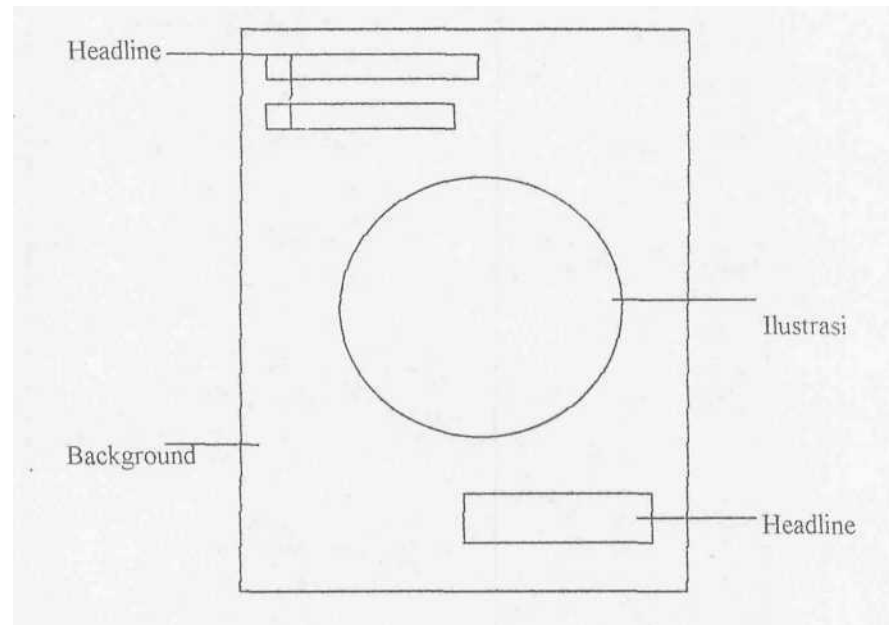
Minuman ringan **the JUICE** ditujukan kepada konsumen golongan ekonomi menengah ke atas dengan rata-rata usia duabelas hingga dua puluh lima tahun dan bermukim di kota-kota besar Jakarta, Surabaya dan Bandung.

6.4. Konsep Perencanaan Visual

6.4.1. DataLayout

Headline bertajuk *lebih asyik dengan... the JUICE*, menggunakan huruf Kids dan diletakan pada bagian atas gambar. Dibawah gambar juga ada headline yang bertuliskan **the JUICE**

6.4.2. Konsep Lay Out



- **Headline** : jenis huruf Kids, *lebih asyik dengan...* the JUICE dengan minum the JUICE dapat dirasakan seperti minum jeruk asli. Huruf the Juice adalah Arial Black Italic dengan warna putih dengan bayangan berwarna biru.
- **Background** : gelembung-gelembung air yang berlatarkan air berwarna orange kesegaran minuman yang melepaskan dahaga.
- **Ilustrasi** : jeruk yang menyatu dengan kaleng the Juice menggambarkan bahwa rasa dan segarnya sama baik itu dari Minuman the Juice maupun dari rasa jeruk asli. Warna yang digunakan orange yang kontras dengan jeruk dan minuman the Juice.

6.4.3. Kriteria Desain

Desain

- Ukuran : 42 x 56 cm
- Posisi : Portrait (tegaki)
- Skala : 2 : 1
- Bahan : high resolution paper
- Visualisasi : Teknik Komputer Program Adobe

Photoshop 6.0 dan Macromedia Freehand 10.

Format Jadi

- Ukuran : 21x28cm
- Posisi : Portrait (tegak)
- Bahan : Art paper 80 gram
- Cetak : CMYK lapis UV

6.5. Target Pasar

Diiklankan pada majalah remaja terkemuka di Indonesia Gadis, Hai, Cosmo Girl dan lain-lain.

6.6. Perkiraan Biaya

- Filmseparasi warna

Film separasi 4 warna CMYK

22X30X Rp120,-

Rp 82.800,-

- Biaya proof print 22X30X Rp1 60,-

Rp 105.600,-

• Total	Rp 188.400,-
Bahanbaku	
Art paper 120 gr ukuran plano, 1 lembar dapat dipakai untuk membuat 5 buah cover. Untuk 2500 lb diperlukan 5 rim plano	
(5 X Rp 325.000,-)	Rp 1.625.000,-
Ongkos cetak 4 warna Rp 900,-/sisi	
(Rp 3.500,- X Rp 900,-)	Rp 3.150.000,-
Total	Rp 4.775.000,-
• Ppn 10%	Rp 477.500,-
General Total	Rp 5.252.500,-
• Ongkos Desain 20 %	Rp 1.050.500,-
Total biaya produksi	Rp 6.303.000,-

7. Proyek Penutup Roda Mobil "PCW"

Proyek ini dibuat untuk mempromosikan produk Velk mobil panther yang dikhususkan untuk para eksekutif muda, sebab para muda menyukai desain terbaru karetia lain dari sebelumnya.

7.1. Pengertian Penutup Roda Mobil "PCW"

Pengertian penutup roda mobil adalah salah satu media iklan luar ruang (outdoor) yang sifatnya sebagai media instan , yaitu yang sifatnya sekilas.

Dalam pengertian Velk ban PCW International pada media penutup roda mobil, dibuat sebagai promosi dari produk Velk ban PCW yaitu Panther.

Karena iklan ini sasarannya anak muda maka ilustrasinya digambarkan seseorang sedang mengamati dengan sebelah matanya.

7.2. Fungsi Penutup Roda Mobil "PCW"

Media iklan pada penutup roda mobil berfungsi sebagai salah satu media luar ruang yang berguna untuk menarik perhatian konsiunen, yang efektif digunakan unluk mempromosikan sebuah produk..

Velk ban PCW International berfungsi sebagai velk ban dengan model terbaru dari Panther-wheels yang pasti sangat disukai oleh sasaran konsumennya yaitu anak muda.

7.3. Target Konsumen Penutup Roda Mobil "PCW"

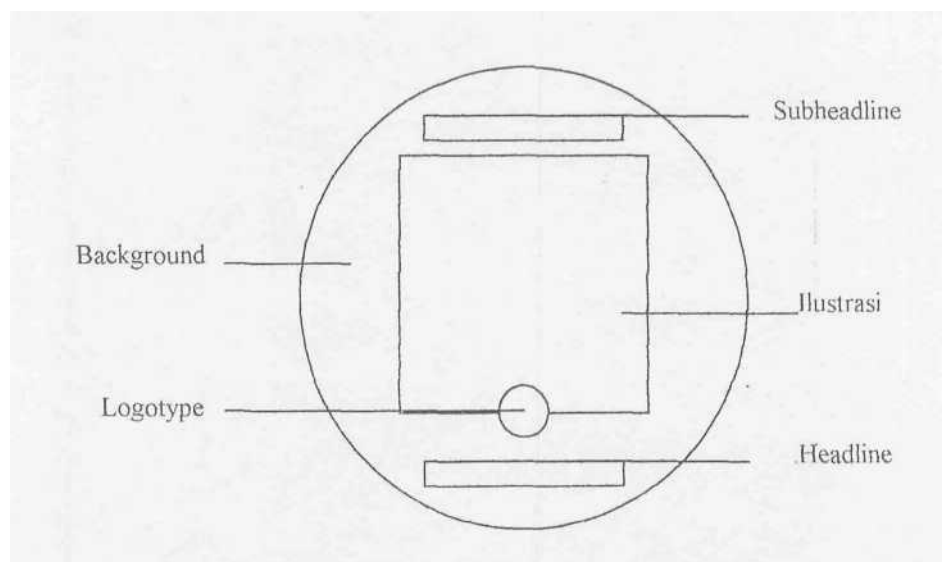
Sasaran konsumen untuk produk ini adalah anak muda berusia 20-24 tahun dan tidak menutup kemungkinan eksekutif muda yang berdomisili di kota-kota besar.

7.4. Konsep Perencanaan Visual

7.4.1. Data Lay Out

Lebih di khususkan pada ilustrasi, yaitu gambar velk ban yang berwarna metalik dan background berwarna biru donker yang terkesan misterius dengan pandangan mata penasaran.

7.4.2. Konsep Lay Out



- **Komposisi ruang** : Memiliki komposisi simetris, karena komposisinya teratur.
- **Headline** : PCW International typografi Arial Black berwarna hitam terkesan tegas dan kontras dengan ilustrasinya.
- **Subheadline** : www.panther-wheels.co.au typografi Arial Black berwarna hitam terkesan tegas dan kontras dengan ilustrasinya.
- **Background** : background typografi abu-abu, background ilustrasi biru donker agar kontras dengan velg ban yang berwarna metalik.
- **Ilustrasi** : sorot mata yang mengamati velg ban dengan velg ban yang terlihat jelas.
- **Logotype** : gambar panther yang berjalan pada huruf PCW.

7.4.3. Kriteria Desain

Desain

- Ukuran : Cover ban standar diameter 33 cm
- Posisi : Tegak (portrait)
- Skala : 1 : 2
- Bahan : High Resolution Paper
- Visualisasi : Teknik Komputer Program Adobe Photoshop 6.0 dan Macromedia Freehand 10.

Format Jadi

- Ukuran : Diameter 66 cm
- Posisi : Tegak (portrait)

- Bahan : Sintetis Imitasi
- Cetak : CetakCMYK

7.5. Target Pasar Penutup Roda Mobil "PCW"

Tujuan pemasaran produk Velk Ban PCW International adalah sebagai salah satu promosi dan bersosialisasi untuk menjangkau segmen pasar, agar masyarakat tahu dan dapat mengenal produk tersebut. Media yang digunakan penutup roda mobil, maka desainnya dibuat untuk sekiiias dapat menarik perhatian masyarakat.

7.6, Perkiraan Biaya

- Film separasi sablon @ Rp 160,-/cm

$(66 \times 66 \times 3.14) \times 160$ Rp 2.188.454,- (1)

- Bahanbaku

Untuk penutup roda raobil butuh imitasi kulitukuran 90 x 90

- Untuk membuat 1000 penutup roda mobil diperlukan

900m $(90 \text{ cm} = 0.9 \text{ m} \times 1000)$

Harga per meter Rp 24.000,-

Jadi $900 \times \text{Rp } 24.000,- = 21.600.000,-$

- Ongkosjahit

$1000 \times \text{Rp } 5.000,- = \text{Rp } 5.000.000,-$



Rp 26.600.000,-(II)

- Ongkos cxtak sablon Rp 750.000,-/100 cover ban

100 xRp 750.000,- = Rp 7.500.000,-(III)

- Total I + II + 111= Rp 36.288.454,-

- Ppn10% Rp 3.628.845,-

- Generaltotal Rp 39.917299,-

- Ongkos desain 20% Rp 7.983.458,-

- **Total biaya produksi** **Rp 47.900757,-**