

## **BAB H**

### **TINJAUAN PROYEK**

#### **1.PROYEK POSTER PARIWISATA**

##### **1.1. Pengertian Poster Pariwisata "Tanah Lot"**

**Poster** adalah:

- Sebuah iklan sederhana dan jelas, dirancang untuk mempromosikan suatu hasil, pelayanan, nama, atau gagasan. Umumnya berbentuk kertas lebar tercetak, dipasang di tempat-tempat yang mudah terlihat oleh orang banyak. Keberhasilan suatu poster terletak pada kesederhanaannya (Ensiklopedi Indonesia; 1980:2754)
- plakat yang dipasang di tempat umum, berupa pengumuman atau iklan (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1998:697)
- Iklan warna berukuran besar yang dicetak pada selembur kertas ditempatkan pada panel, dinding atau kaca jendela (Nuradi; 1996:130)

**Plakat** adalah surat pengumuman atau iklan yang berupa gambar maupun tulisan berukuran besar yang ditempelkan di dinding, tembok, dan tempat-tempat umum untuk penyebaran yang lebih luas (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1998:690)

**Poster Tanah Lot** adalah sebuah Pura yang berada di atas tebing di pinggir pantai, yang merupakan salah satu obyek wisata di Bali dan sudah dikenal oleh banyak orang.

## 1.2. Fungsi Poster "Tanah Lot"

Berfungsi untuk memberitahukan keindahan salah satu obyek wisata di Bali yaitu Tanah Lot yang memiliki keindahan panorama alam sehingga dapat diketahui oleh khalayak ramai. Dan juga agar masyarakat tetap melestarikan keindahan alam tersebut.

## 1.3. Konsumen

Konsumen dari iklan ini adalah pembaca yang berusia 16 tahun ke atas semua golongan masyarakat.

## 1.4. Konsep Perencanaan Visual

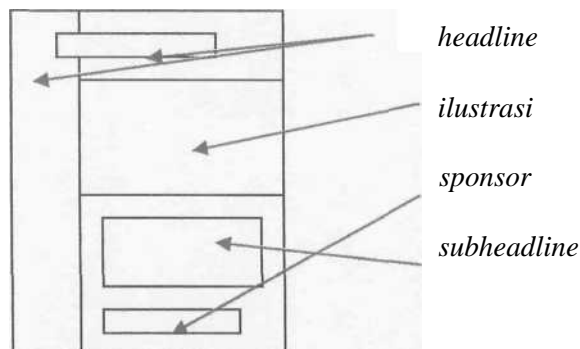
### 1.4.1. Layout Poster Pariwisata "Tanah Lot"

Poster menggambarkan suasana senja hari yang menghasilkan suatu siluet yang indah di "Tanah Lot"

### 1.4.2. Konsep Lay Out Poster "Tanah Lot"

#### 1.4.2.1. Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi ruang *simetris* agar ilustrasi yang diutamakan terlihat dengan jelas.



#### **1.4.2.2. Headline**

Headline pada poster ini adalah *BALI* dan *Tanah Lot* bertujuan sebagai pemberitahuan bahwa Tanah Lot merupakan salah satu obyek wisata di Bali.

#### **1.4.2.J. Subheadline**

*Beautiful image. . . . .*, bertujuan untuk mendukung ilustrasi di atas yang menunjukkan keindahan Tanah Lot di saat matahari tenggelam.

#### **1.4.2.4. Uustrasi Visual**

Gambar siluet Tanah Lot ketika matahari tenggelam yang menghasilkan suatu pemandangan yang indah dan tidak kalah menarik dengan *sunset* di Kuta.

#### **1.4.2.5. Sponsor**

Sponsor dari poster pariwisata adalah Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Denpasar.

#### **1.4.2.6. Kriteria Disain**

Disain

- Ukuran : 40x60cm

- Posisi : tegak/berdiri (*portrait*)
- Skala : 1:2
- Bahan : Kertas Linen
  
- Visulisasi : - pewarnaan : bahan : cat poster  
  - alat : kuas, palet,  
    - cat poster
  - teknik : plakat

Format Jadi

- Ukuran : 40 x 60 cm
- Posisi : tegak/berdiri (*portrait*)
- Bahan : *artpaper 150* gram
- Cetak : 4 warna CMYK denaan laoisian U

## 1.5. Pemasaran

Pemasaran poster Pariwisata "**Tanah Lot**" bertujuan menarik khalayak ramai terutama wistawan-wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati keindahan pantai tersebut serta mengajak untuk melestarikan keindahan alam bangsa. Dan akan dipasang di tempat agen-agen *tour* dan *travel*.

### 1.5.1. Perkiraan Biaya

- Film separasi warna CMYK

120x80cmxRp140,-

Rp 1.344.000,00

• Plat warna 4 buah @ Rp 30.000,00 **Rp 120.000,00**

**Subtotal **Rp 1.464.000,00****

• Bahan baku

*Artpaper* 150 gr ukuran plano (109x79)

1 lembar plano dapat mencetak 1 lembar

poster, untuk mencetak 1000 lembar poster

dibutuhkan 1000 lembar (1000 x Rp 3500,-)

**Rp 3.500.000,00**

- Ongkos cetak

Untuk cetak 4 warna @ Rp 250,00 per sisi

4 x 1000 x Rp 250,00

**Rp 1.000.000,00**

- Ongkos UV Gloss Rp 0,20 per cm<sup>2</sup>

(70x100) x 1 x 2000 x Rp 0,20

**Rp 2.800.000,00**

**Total I**

**Rp 8.764.000,00**

- PPN 10%

**Rp 876.400,00**

**Total II**

**Rp 9.640.400,00**

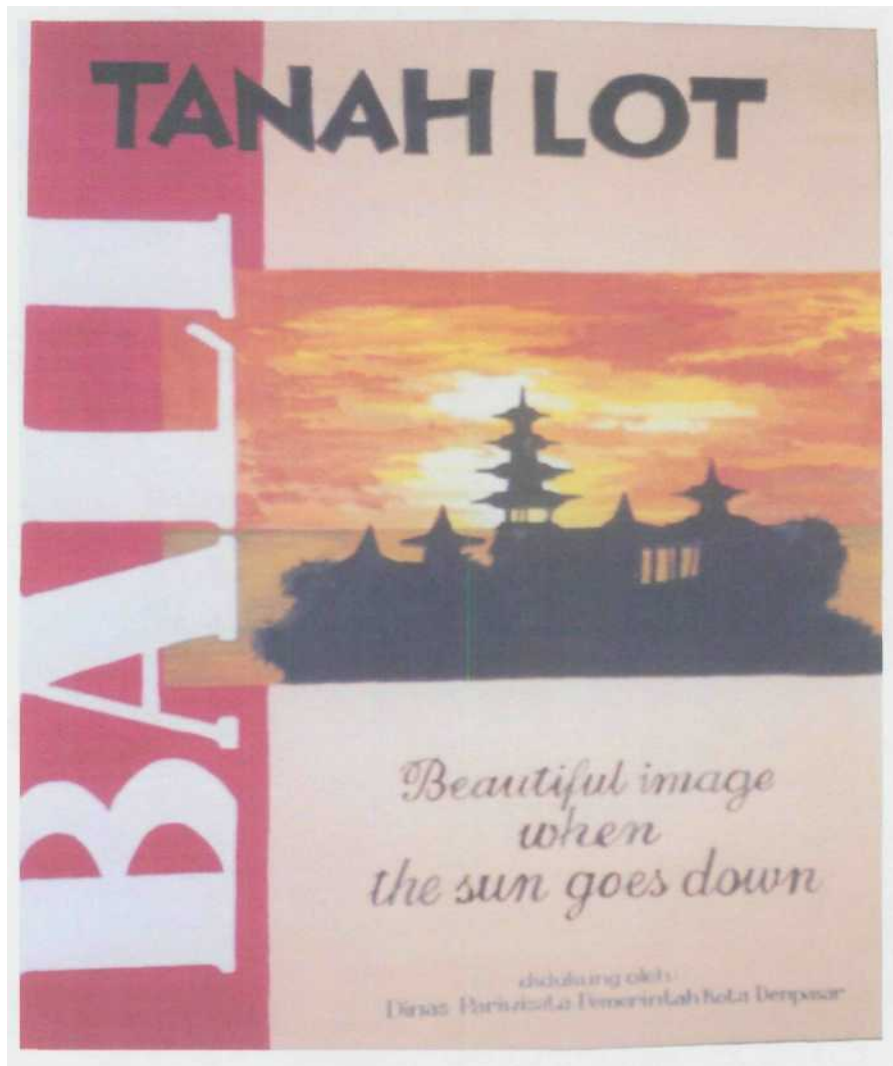
- Ongkos disain 20 %

**Rp 1.928.000,00**

**Total biaya produksi**

**Rp 11.600.000,00**

1.5.2. Lampiran Karya



## **2. PROYEK IKLAN MAJALAH MINUMAN RINGAN FRUIT TEA**

### **2.1. Pengertian Iklan Majalah Minuman Ringan Fruit Tea**

Iklan adalah pesan komunikasi di media yang pemasangannya dilakukan atas pembayaran (Nuradi; 1996:4).

Selain itu iklan adalah berita tentang suatu barang atau jasa yang ditujukan kepada banyak orang dengan tujuan mau menggunakan barang atau jasa tersebut atau beritahuan kepada massa tentang barang atau jasa yang dijual. (PeterSalim, 1991:554).

**Majalah** adalah surat berkala sebagai surat kabar yang terbit mingguan, bulanan dan sebagainya. (W.J.S. Poerwadarminta, 1982:621).

**Iklan Majalah Minuman Ringan Fruit Tea** adalah pesan komunikasi minuman ringan yang dalam hal ini mempunyai merek Fruit Tea. Dibuat dengan desain iklan yang cerah dan menunjukkan keceriaan anak muda. Iklan ini akan dipasang pada majalah remaja seperti majalah Hai.

### **2.2. Fungsi Iklan Majalah Minuman Ringan Fruit Tea**

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang minuman ringan merek Fruit Tea yang menimbulkan keceriaan ketika dikonsumsi.

### **2.3. Konsumen**

Konsumen dari iklan ini adalah pembaca yang berusia .11 tahun keatas dalam setiap lapisan masyarakat khususnya para rmaja yang tampil ceria. Tetapi tidak menutup kemungkinan dikonsumsi oleh orang tua.

## 2.4. Konsep Perencanaan Visual

### 2.4.1. Layout Iklan Majalah Minuman Ringan Fruit Tea

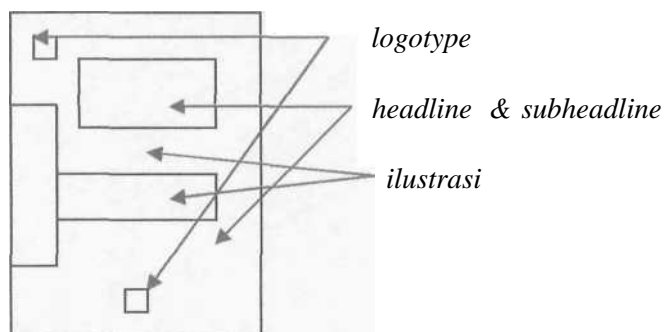
Iklan ini dirancang dengan menggunakan gambar produk yang tampak utuh, dimaksudkan agar konsumen dapat mengetahui produk ini secara jelas.

*Background* menampilkan keceriaan remaja yang merupakan sasaran utama dari produk ini dan dibuat sedikit transparan sehingga tulisan pada iklan tersebut akan tampak jelas agar dapat dimengerti langsung oleh masyarakat

### 2.4.2. Konsep Lay Out Iklan Majalah Minuman Ringan "Fruit Tea"

#### 2.4.2.1. Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi ruang *asimetris* agar tampak menarik karena kesan yang diutamakan adalah keceriaan.



#### **2.4.2.2. Headline**

Headline iklan ini adalah "**Bebas Berekspresi di Segala Situasi**" bertujuan untuk menjelaskan kepada masyarakat jika kita meminum minuman ini akan menimbulkan keceriaan dimana saja dan kapan saja.

#### **2.4.2.3. Ilustrasi Visual**

Menggambarkan remaja yang selalu tampil ceria dimana saja dan kapan saja. Serta gambar beberapa produk minuman ringan Fruit Tea.

#### **2.4.2.4. Subheadline**

"**Warnaku Suka-Suka**" merupakan motto dari minuman ringan **Fruit Tea**.

#### **2.4.2.5. Logotype**

*Logotype* iklan minuman ringan Fruit tea ini ada dua yaitu logo Fruit Tea itu sendiri dan logo SOSRO yang merupakan perusahaan yang memproduksi minuman ringan Fruit Tea.

#### **2.4.2.7. Kriteria Disain**

Disain

- Ukuran : 40 x 55 cm

- Posisi : tegak/berdiri *{portrai}*
- Skala : 3 :1
- Bahan : *Glossy Photo Paper*
- Visulisasi : pewarnaan dan teknik : komputei

Format Jadi

- Ukuran : 21,5 x28,5 cm
- Posisi : tegak/berdiri *{portrai}*
- Bahan : *artpaper* 80 gram
- Cetak : wama CMYK dengan lapisan UV

**2.5. Pemasaran**

Pemasaran iklan majalah minuman ringan Fruit Tea bertujuan untuk memperkenalkan produk dari Sosro yaitu Fruit Tea kepada masyarakat luas khususnya para remaja yang selalu tampil ceria. Iklan majalah minuman ringan Fruit Tea ini akan dipasang pada majalah remaja seperti majalah Hai.

**2.5.1. Perkiraan Biaya**

- Film separasi warna CMYK  
21,5 x 28,5 cm x Rp 280,- x4 Rp 686.300,-
- Biaya pemuatan satu halamanyw// *colour*  
pada majalah Hai ( satu kali penerbitan) Rp 5.000.000,-
- Total 1** **Rp 5.686.300,-**
- PPn10% Rp 568.650,-

<b>TotalH</b>	<b>Rp 6.254.950,-</b>
- Ongkos disain 20%	<b>Rp 1.251.000,-</b>
<b>Total biaya produksi</b>	<b><u>Rp 7.505.950,-</u></b>

2.5.2 Lampiran Karya



### **3. PROYEK KOVER MAJALAH ART + DESIGN**

#### **3.1. Pengertian Kover Majalah Art + Design**

**Kover** adalah sampul, tutup pelindung (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1998:486)

**Majalah** adalah surat berkala sebagai surat kabar yang terbit mingguan, bulanan dan sebagainya. (W.J.S. Poerwadarminta, 1982:621)

Selain itu majalah dapat berarti terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui, dikonsumsi oleh pembaca, artikel sastra dan sebagainya. Menurut kala penerbitannya dibedakan atas majalah bulanan, tengah bulanan, mingguan dan sebagainya. Menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olah raga, sastra, ilmu pengetahuan tertentu dan sebagainya. Berita majalah berkala (mingguan) yang menyajikan berita dengan suatu gaya penulisan yang khas dilengkapi dengan foto dan gambar. (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988:545)

**Kover Majalah Art + Design** adalah sampul dari majalah seni yang berisikan berbagai informasi seputar dunia seni dan design contemporary poster di Jepang.

#### **3.2. Fungsi Kover Majalah Art + Design**

- a. Memberikan perlindungan agar tidak mudah kusut / rusak.
- b. Sebagai media komunikasi yang memberikan gambaran tentang isi dari majalah tersebut.

### **33. Konsumen**

Konsumen dari iklan ini adalah pembaca yang berusia 20 tahun, untuk golongan masyarakat menengah yang tahu dan paham tentang seni dan desain poster.

### **3.4. Konsep Perencanaan Visual**

#### **3.4.1. Data Layout Kover Majalah Art + Design**

*Lay out* kover majalah ini menggunakan contoh *Contemporary poster* karya Makoto Saito.

*Background* menggunakan warna putih dan hitam yang dominant serta menyertakan beberapa contoh dari desain *contemporary poster*.

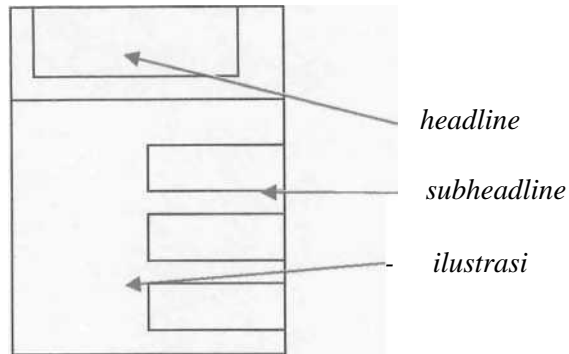
*Headline* berada pada bagian tengah atas dari cover majalah tersebut hitam dipadukan dengan putih untuk lebih menonjol dan mudah dilihat.

*Subheadline* terdiri dari beberapa kalimat sebagai informasi isi dari majalah berwarna putih agar lebih jelas diatas background hitam.

#### **3.4.2. Konsep Lay Out Kover Majalah Art + Design**

##### **3.4.2.1. Komposisi Ruang**

Menggunakan komposisi ruang *asimetr*s agar antara ilustrasi dan judul artikel dapat dengan mudah dibaca dan dimengerti..



#### 3.4.2.2. Headline

**Majalah Art + Design** menggunakan bentuk huruf *Impact* dengan background hitam dan putih agar jelas terlihat dan terbaca

#### 3.4.2.3. SubheadUne

Seluruh subheadline pada cover majalah ini menggunakan bentuk huruf *Intpact* agar mudah dibaca.

#### 3.4.2.4. Ilustrasi Visual

Ilustrasi dalam cover majalah ini mengambil contoh dari contemporary poster karya Makoto Saito dengan menggunakan warna hitam dan putih yang mendominasi pada background.

#### 3.4.2.5. Kriteria Disain

#### Disain

- Ukuran : 40 x 55 cm
- Posisi : tegak/berdiri (*portrait*)
- Skala : 2:1
- Bahan : Glossy Photo Paper
- Visulisasi : pewarnaan dan teknik komputer

#### Format Jadi

- Ukuran : 21x28 cm
- Posisi : tegak/berdiri (*portrai*)
- Bahan : *artpaper* 100 gram
- Cetak : wama CMYK dengan lapisan UV

### 3.5. Pemasaran

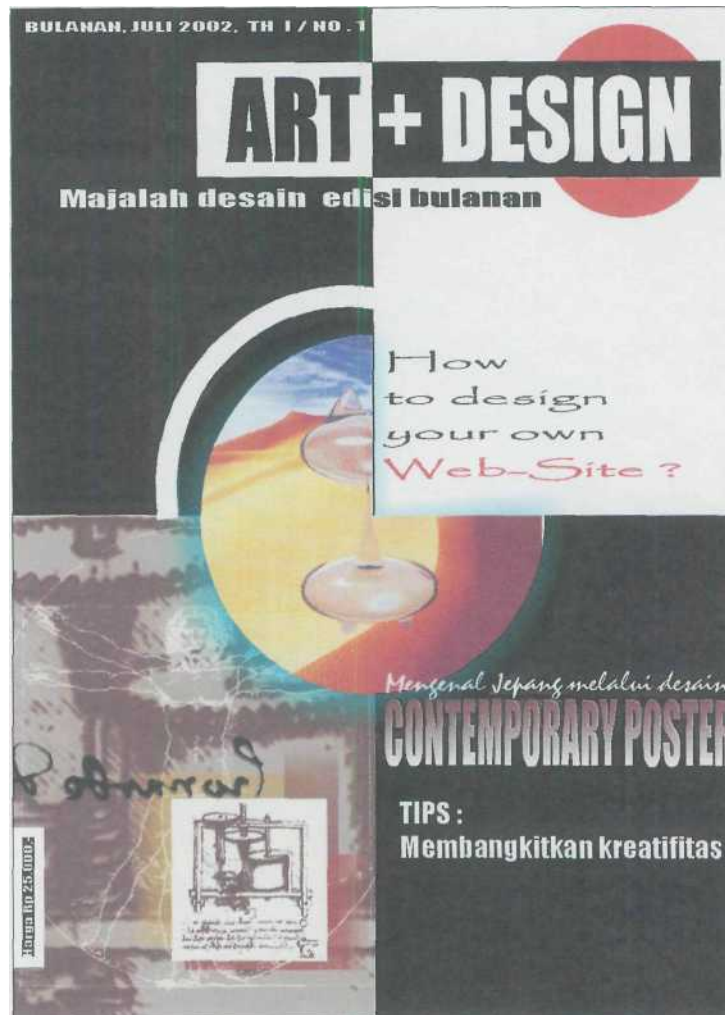
Pemasaran majalah ini bertujuan untuk menarik minat khalayak ramai dari usia 20 th dalam bidang seni yang juga memegang peranan penting dalam hidup. Majalah ini nantinya akan dijual di toko-toko buku besar dengan harapan menarik minat khalayak ramai.

#### 3.5.1. Perkiraan Biaya

- |                                  |           |                 |
|----------------------------------|-----------|-----------------|
| - Film separasi warna CMYK       |           |                 |
| 21 x 28 cm x Rp 150,00           | <b>Rp</b> | 88.200,-        |
| - Plat wama 4 buah @ Rp 15.000.- | Rp        | 60.000.-        |
| <b>Total</b>                     | <b>Rp</b> | <b>148.200.</b> |

- Bahan baku	
<i>Artpaper</i> 100 gr ukuran plano (109x79cm)	
1 plano = 10 lembar kover, untuk mencetak	
2000 lembar kover dibutuhkan 200 lembar	
(2 pack) dengan harga Rp 3.100./lembar	
	Rp 620.000.-
- Ongkos cetak	
Untuk cetak 4 warna @ Rp 250,00 per sisi	
2000 x Rp 250,00	
	Rp 500.000.-
- Ongkos UV Gloss Rp 3 per cm <sup>2</sup>	
(21,5x28,5) x1 x 400 x Rp 3	
	Rp 735.300.-
<b>Total I</b>	<b>Rp 2.003.500.-</b>
- PPN 15%	Rp 300.525.-
<b>Total H</b>	<b>Rp 2304.025.-</b>
- Ongkos disain 10%	Rp 230.403.-
<b>Total biaya produksi</b>	<b><u>Rp 2.550.000.-</u></b>

### 3.5.2. Lampiran Karya



## **4. PROYEK BROSUR MOBIL" FERRARI360 MODENA "**

### **4.1. Pengertian Brosur "FERRARI360 MODENA "**

**Brosur** adalah lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih. Kertas ini dapat ditempelkan sebagai lembaran tambahan untuk memperbanyak jumlah halaman. Istilah ini biasanya dipakai sebagai sebutan bagi barang cetakan yang tidak lebih dari 12 halaman (Nuradi; 1996:100).

**Brosur "FERRARI 360 MODENA"** adalah media iklan yang berisi ilustrasi yang menerangkan tentang mobil "**FERRARI360 MODENA**".

### **4.2. Fungsi Brosur Mobil "Ferrari 360 Modena"**

Brosur mobil merupakan media yang dapat menarik minat para konsumen untuk melihat berbagai keunggulan yang dimiliki mobil "**FERRARI 360 MODENA**".

### **4.3. Konsumen**

Brosur ini ditujukan kepada masyarakat yang menginginkan kenyamanan dan kemewahan serta sportifitas sewaktu berkendara, sebagian besar adalah masyarakat usia 25 tahun keatas khususnya golongan masyarakat kelas atas.

### **4.4. Konsep Perencanaan Visual**

#### **4.4.1. Data Layout Brosur "Ferrari 360 Modena"**

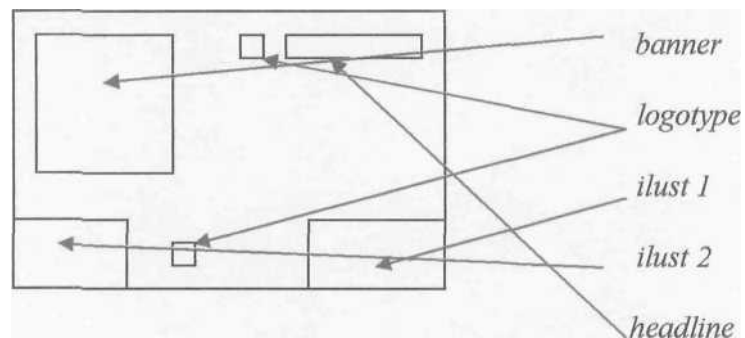
Layout brosur ini menggunakan gambar mobil "FERRARI 360 MODENA" pada bagian depan, dengan background berwarna hitam dan headline berwarna metalik biru, putih dan orange yang menggunakan jenis huruf *Times New Roman* dan *logotype* Ferrari.

#### 4.4.2. Konsep Layout Brosur "Ferrari 360 Modena"

##### 4.4.2.1. Komposisi Ruang

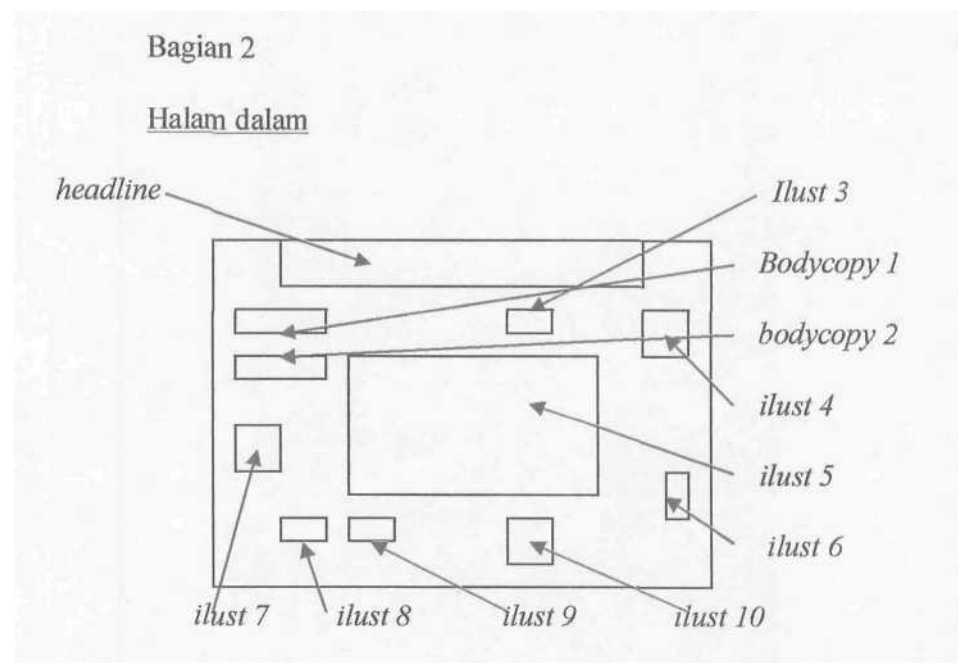
Menggunakan komposisi ruang *asimetris*

Halaman luar



Bagian 2

Halaman dalam



#### 4.4.2.2. Ilustrasi

-*Ilustrasi 1* : gambar depan mobil "**FERRARI360 MODENA**"

-*Ilustrasi 2* : gambar belakang mobil "**FERRARI360  
MODENA**".

-*Ilustrasi 3* : gambar *grip handle* dari mobil "**FERRARI360  
MODENA**" beserta beberapa keunggulan.

- *Ilustrasi 4* : gambar lampu depan dari mobil "**FERRARI360  
MODENA**"

-*Ilustrasi 5* : gambar samping dari mobil "**FERRARI360  
MODENA**".

-*Ilustrasi 6* : gambar *air-box* "**FERRARI360 MODENA**" yang  
berada di samping mobil.

-*Ilustrasi 7* : gambar interior dari mobil "**FERRARI360  
MODENA**"

-*Ilustrasi 8* : gambar dashboard dari mobil "**FERRARI360  
MODENA**"

-*Ilustrasi 9* : gambar penunjuk pada speedometer dan alat  
penunjuk yang lain dari mobil "**FERRARI360  
MODENA**"

-*Ilustrasi 10* : Gambar mesin dari "**FERRARI360 MODENA**"

#### 4.4.2.3. Logotype

-*Logotype* : "**Ferrari**" merupakan *logotype* perusahaan.

#### 4.4.2.4. Bodycopy

-*Bodycopy 1* : "Ferrari **360** Modena merupakan ....."  
menggunakan jenis huruf *Arial Black*.

-*Bodycopy 2* : "**Meskipun dirancang sebagai** ....."  
menggunakan jenis huruf *Arial Black*.

#### 4.4.2.5. Subheadline

*Subheadline* menggunakan jenis huruf *Arial Black* karena bentuknya sederhana dan mudah untuk dibaca.

#### 4.4.2.6. Banner

Berisikan keterangan mengenai kelebihan produk, keterangan produk, alamat dealer. Menggunakan huruf *Times New Romans*, karena untuk banner tidak diperlukan bentuk huruf yang bermodel atau bervariasi, selain itu agar mudah untuk dibaca.

#### 4.4.2.7. Headline

"**FERRARI 360 MODENA**" menggunakan jenis huruf *Times New Romans* dengan diberi warna biru, putih, dan orange agar memberi kesan gagah dan sport, sedangkan tulisan "**Paduan**

**sportifitas dan....."** menggunakan huruf *Dauphin* yang menimbulkan kesan elegan dan mewah.

#### 4.4.2.8. Kriteria Disain

Disain

- Ukuran : 40 x 60 cm
- Posisi : tidur (*landscape*)
- Skala : 2 :1
- Bahan : *Glossy Photo Paper*
- Visulisasi : pewarnaan dan teknik komputer

Format Jadi

- Ukuran : 20 x 30 cm
- Posisi : tidur (*landscape*)
- Bahan : *artpaper* 100 gram
- Cetak : 4 wama CMYK dengan lapisan UV

#### 4.5. Pemasaran

Pemasaran brosur "**FERRARI 360 MODENA**" ini bertujuan untuk menarik minat para pecinta otomotif yang senang akan kenyamanan dan sportifitas dalam berkendara, sehingga "**FERRARI360 MODENA**" bisa menunjukkan kelasnya tersendiri.

##### 4.5.1. Perkiraan Biaya

- Film separasi warna CMYK		
30 x 20 cm x Rp 250,-	<b>Rp</b>	600.000,-
- Plat warna 8 buah @ Rp 10.000,-	Rp	80.000,-
- Kontak print film		
Rp. 25.000,-x4	Rp.	100.000,-
<b>subtotal</b>	Rp	780.000,-

-Bahan baku

*Artpaper* 150 gram ukuran plano (65 x 100 cm)

1 rim = 500 plano untuk 3000lbr & lrim untuk isi.

Dengan harga Rp. 2.500.000,- per rim

Total Rp. 7.500.000,-

-Ongkos cetak

Untuk cetak 4 warna @ Rp 250,00 per sisi

4 x 6000 x Rp 250,00 Rp 6.000.000,-

-Ongkos UV Gloss Rp 0,20 per cm<sup>2</sup>

(40 x 25) x 2 x 2000 x Rp 0,20 Rp 800.000,-

per lbr = Rp. 4.680,-

**Total 1** **Rp 15.080.000,-**

-PPn10% Rp 1.508.000,-

**Total H** **Rp 16.588.000,-**

- Ongkos disain 5% Rp 829.400,-

Total biaya produksi

Rp 17.500.000,-

#### 4.5.2. Lampiran Karya



## Halaman Depan

# Ferrari 360 Modena

PENGORBAN SPORTIF BERSAMA SAMA KETIDAKYAKINAN

**Ferrari 360 Modena** merupakan mobil kesuka yang lapang dan memudakan penumpang untuk pindah masuk.

Merupakan dirancang sebagai mobil sport sistem berdeformasi aktif, namun Ferrari 360 Modena adalah dengan as sehingga tak sulit menikmati performanya.

**Gas, handle puna** dikawat menyakit di bagian body mobil sehingga terlihat lebih rampang dan pekat.

**Lampir depan: tidak ragu** pap up be stlight bergetir dengan gas discharge yang "menggetir" sehingga menggangganda aerodinamika dan stabilitas pada kecepatan tinggi.

**Ruang kabin** di desain lebih lapang sehingga kabin dipaksa berdirar harmonis enter atau nahabat udara.

**Tempat kban Ferrari** yang dibuikan oleh udara masuk dari se-kss sehingga mengkalikan gemuruh yang nyata.

**Lampir belakang three spoke nya** diterangkan kantung udara, sedangkan kpr-kpr A-C berdeformasi aktif. Panel instrumen dapat spin berputar serta petunjuk suhu air, tekanan dan temperatur paluamka.

**Model V8** berkapasitas 3.6 liter tempat pemasangan di belakang ruang penumpang mampu menghasilkan tenaga 435 dk. 5.550 rpm sementara berputar maks ke 7700 la. 4.750 rpm.



**Halaman Dalam**

## **5. Proyek Kover CD MUSIK TRADISIONAL JAWA**

### **5.1. Pengertian Kover CD MUSIK TRADISIONAL JAWA**

**Kover** adalah sampul, tutup pelindung (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan; 1988:464).

CD adalah piringan magnetic dari plastik yang berisi data atau apapun juga.

**Kover CD Musik Tradisional Jawa** adalah sampul CD dari musik tradisional jawa yang bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang musik tradisional di Indonesia dalam hal ini musik tradisional Jawa. Dengan menggunakan ilustrasi seperangkat alat musik gamelan untuk mempertegas bahwa CD musik ini merupakan CD musik tradisional Jawa.

### **5.2. Fungsi Kover CD Musik Tradisional Jawa**

1. Memberikan gambaran tentang isi dan tema dari CD tersebut.
2. Memberikan daya tarik kepada konsumen mengenai lagu/musik yang bertemakan **Musik Tradisiona Jawa**
3. Sebagai sarana untuk memperkenalkan musik tradisional Jawa kepada masyarakat yang umumnya kurang memahami tentang musik tradisional.

### **5.3. Konsumen**

Kover CD ini ditujukan kepada para masyarakat usia 15 ke atas. Segmen pasarnya adalah konsumen menengah yang bertempat tinggal di kota-kota kecil maupun kota-kota besar.

## 5.4. Konsep Perencanaan Visual

### 5.4.1. Data Layout Kover CD Musik Tradisional Jawa

Layout Kover CD **Musik Tradisional Jawa** menggunakan ilustrasi gambar seperangkat gamelan Jawa yang merupakan alat musik tradisional di Jawa.

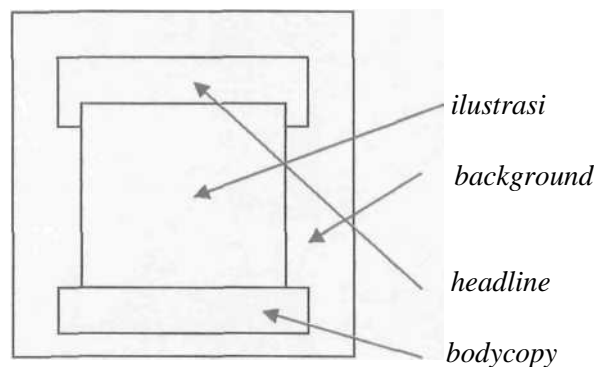
*Backgrowd* menggunakan warna hijau pastel yang dominant untuk lebih mempertegas kesederhanaan dalam suatu aliran musik tradisional.

*Headline* yang bertemakan Gending Dolanan merupakan judul dari CD musik tradisional Jawa.

### 5.4.2. Konsep Layont Kover CD Musik Tradisional Jawa

#### 5.4.2.1. Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi ruang *simetris* karena untuk memperjelas tampilan CD musik tradisional Jawa yang mudah dimengerti.



#### 5.4.2.2. **Headline**

"**Gending Dolanan**" sebagai *headline* bertujuan untuk menjelaskan kepada konsumen bahwa CD musik tradisional Jawa ini berisikan lagu-lagu dalam permainan tradisional Jawa.

#### 5.4.2.3. **Ilustrasi Visual**

Menggunakan gambar seperangkat alat musik gamelan yang merupakan alat musik tradisional Jawa sehingga menegaskan bahwa CD musik ini bertemakan musik tradisional Jawa.

#### 5.4.2.4. **Bodycopy**

"**Ki Nartosabdho**" untuk menjelaskan orang yang *menembangkan* lagu-lagu Jawa dalam CD musik tradisional ini

#### 5.4.2.5. **Background**

Dengan menggunakan warna hijau pastel yang menimbulkan kesan yang tidak terlalu mewah tetapi sederhana.

#### 5.4.2.6. **Kriteria Disain**

##### Disain

- Ukuran : 40 x 40 cm
- Posisi : tegak/berdiri (*portrait*)
- Skala : 3 :1

- Bahan : Kertas linen
  - Visualisasi : Pewarnaan: bahan : cat poster  
**alat** : kuas, palet,  
cat poster
- Teknik: Plakat

#### Format Jadi

- Ukuran : 12 x 12 cm
- Posisi : tegak/berdiri (*portraif*)
- Bahan : *artpaper* 80 gram
- Cetak : 4 warna CMYK dengan lapisan UV

### **5.5. Pemasaran**

Pemasaran kover CD **Musik Tradisional Jawa** bertujuan untuk memperkenalkan lagu-lagu dan musik tradisional Jawa kepada masyarakat yang kebanyakan tidak begitu paham akan musik tradisional.

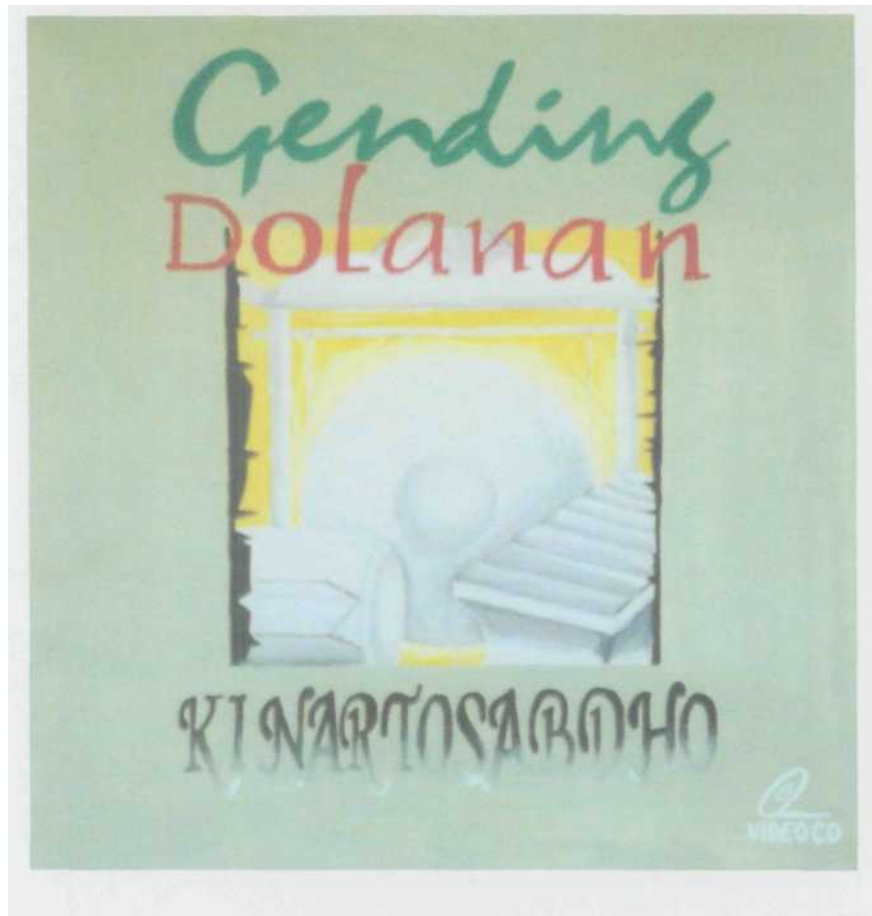
Sarana promosi yang digunakan melalui poster-poster yang dipasang pada toko kaset dan CD yang menjual CD tersebut.

#### **5.5.1. Perkiraan Biaya**

- Film separasi warna CMYK

12 x 12 cm x Rp 250,00	Rp	144.000,-
- Plat warna 4 buah @ Rp 10.000,00	Rp	40.000,-
kontak print		
Rp. 25.000,- x 6	Rp.	250.000,-
<b>Subtotal</b>	<b>Rp</b>	<b>434.000,-</b>
- Bahan Baku		
<i>Artpaper</i> 100gram ukuran plano (65 x 100cm)		
1 plano = 24 lembar cover, untuk mencetak		
20.000 lembar cover dibutuhkan 1539 lembar		
dengan harga Rp 2.750,- / lembar		
	Rp	4.232.250,-
-Ongkos cetak		
Untuk cetak 4 warna @ Rp 250,00		
2.000 x Rp 250,00	Rp	500.000,-
- Ongkos UV Gloss 32.5x50		
(12x12)x1 x 2.000 xRp 1,5	Rp	432.000,-
<b>Total I</b>	<b>Rp</b>	<b>5.598.250,-</b>
- PPn 10%	<b>Rp</b>	<b>559.825,-</b>
<b>Total H</b>	<b>Rp</b>	<b>6.158.075,-</b>
- Ongkos disain 20%	Rp	1.231.615,-
<b>Total biaya produksi</b>	<b><u>Rp</u></b>	<b><u>7.400.000,-</u></b>

5.5.2. Lampiran Karya



## **6. PROYEK BILLBOARD PERLINDUNGAN SATWA**

### **6.1. Pengertian Billboard Perlindungan Satwa**

**Billboard** atau papan reklame adalah

- Papan iklan yang berukuran besar yang ditempatkan di luar ruangan atau ruang terbuka (Nuradi; 1996:17)
- sebuah permukaan datar atau papan yang biasanya diletakkan di luar ruangan, tempat di mana iklan-iklan atau pemberitahuan ditempelkan.

**Billboard** adalah papan iklan yang berukuran besar yang diletakkan di luar ruangan atau tempat terbuka.

**Billboard Perlindungan Satwa** adalah papan iklan yang merupakan suatu ajakan kepada masyarakat untuk menjaga dan melindungi satwa yang diambang kepunahan.

### **6.2. Fungsi Billboard Perlindungan Satwa**

Sebagai media iklan yang bersifat pasif dan instan di mana hanya dapat dilihat pada suatu tempat dan hanya dapat dilihat sekilas atau secara cepat.

### **6.3. Konsumen**

Konsumen dari iklan ini adalah pembaca yang berusia 10 tahun ke atas semua golongan masyarakat.

## 6.4. Konsep Perencanaan Visual

### 6.4.1. Layout Billboard Pelindungan Satwa

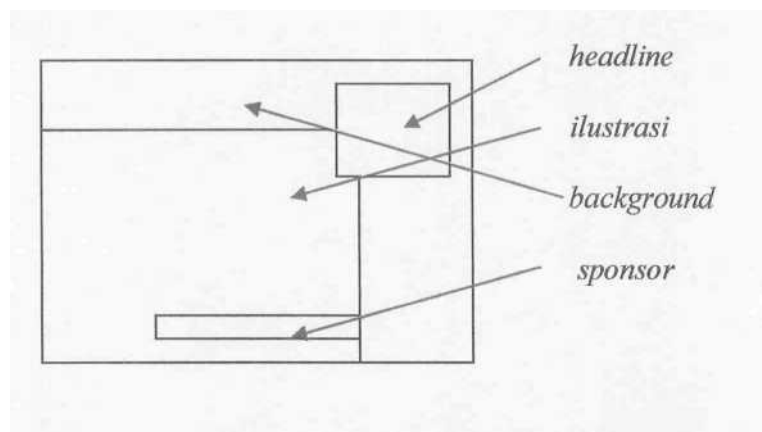
Billboard ini menggunakan ilustrasi dua ekor anak orang utan yang sedang berangkulan dan tertawa bahagia dimaksudkan untuk menginformasikan kepada masyarakat untuk menjaga kelestarian satwa orang utan yang sudah diambang kepunahan. Juga ingin menyampaikan kepada masyarakat untuk bersama-sama menghentikan perburuan satwa orang utan.

*Background* pada billboard ini menggambarkan suasana hutan dan menggunakan warna kuning yang dominant untuk mengesankan suasana cerah yang mendukung ilustrasinya.

### 6.4.2. Konsep Layout Billboard Perlindungan Satwa

#### 6.4.2.1. Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi ruang *asimetris* agar mudah dan jelas untuk dibaca oleh pengandara kendaraan.



#### **6.4.2.2. Headline**

**Kebahagiaan Kami** . . . sebagai *headline* untuk menjelaskan kepada masyarakat bahwa satwa pun seperti halnya manusia yang menginginkan rasa aman dan damai. Untuk itu masyarakat diharapkan untuk menghentikan perburuan terhadap satwa orang utan.

#### **6.4.2.3. Ilustrasi Visual**

Menggunakan ilustrasi dua ekor anak orang utan yang berangkul dan tertawa bahagia untuk menegaskan bahwa satwa pun butuh rasa aman, jika kita terus tnelakukan perburuan terhadap mereka maka tidak akan ada lagi tawa yang ada hanya rasa takut dan cemas.

#### **6.4.2.4. Background**

Menggunakan latar belakang hutan dengan warna kuning yang cerah untuk mendukung tampilan pada ilustrasi.

#### **6.4.2.5 Sponsor**

*Sponsor* yang mengeluarkan iklan layanan masyarakat tentang perlindungan satwa ini adalah Departemen Lingkungan Hidup RI.

#### 6.4.2.6. Kriteria Disain

##### Disain

- Ukuran : 60 x 40 cm
- Posisi : tidur (*landscape*)
- Skala : 1:10
- Visualisasi : - pewarnaan : bahan : cat poster  
alat : kuas  
- teknik : plakat
- Bahan : Kertas Linen

##### Format Jadi

- Ukuran : 6,0 x 4,0 m
- Posisi : tidur (*landscape*)
- Bahan : Colley Brite
- Cetak : 4 warna CMYK dengan lapisan UV

#### 6.5. Pemasaran

Pemasaran **Billboard Perlindungan Satwa** bertujuan untuk mengajak masyarakat dalam upaya melestarikan satwa-satwa dalam hal ini orang utan yang diambang kepunahan dengan menghentikan perburuan liar terhadap satwa orang utan.

##### 6.5.1. Perkiraan Biaya

- Bahan baku dicetak diatas kertas stiker Vinil standart Glossy

(6m x 4m) x Rp. 225.000,-	Rp. 5.400.000,-
- Penempatan Billboard menyewa,	Rp. 2.500.000,-
dengan perncian:	
Tiang besi diameter 12" (inci) x 2 tiang,	
setinggi 5 M.	
Rangka atas aluminium siku.	
Plat aluminium setebal 2 mm.	
2 lampu sorot.	
- Pajak jalan kelas 1 (6m x 4m) x Rp. 288.000,	
	Rp. 6.912.000,-
Retribusi (6m x 4m) x Rp. 4.000,- + 5m x Rp. 4.000,-	
	Rp. 116.000,-
<b>TOTAL</b>	<b>Rp. 14.928.000,-</b>
- Ongkos Desain 20%	Rp. 2.985.600,-
<b>TOTAL</b>	<b><u>Rp. 17.913.600,-</u></b>

6.5.2. Lampiran Karya



## **7. PROYEK Kalender Promosi Film "Spiderman"**

### **7.1. Pengertian Kalender Promosi Film "Spiderman"**

**Kalender** adalah penanggalan, sedangkan Penanggalan adalah daftar hari dalam satu bulan selama satu tahun (Kamus Umum Bahasa Indonesia)

**Kalender "Spiderman"** adalah Penanggalan hari yang mengambil tema Spiderman untuk mempromosikan film spiderman tersebut.

### **7.2. Fungsi Kalender "Spiderman"**

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang tanggal, hari, bulan, dan tahun. Dan juga sebagai ajang promosi dari film Spiderman.

### **7.3. Konsumen**

Konsumen dari iklan ini adalah semua golongan masyarakat yang berusia diatas 7 thn sampai dengan usia 25 tahun.

## **7.4. Konsep Perencanaan Visual**

### **7.4.1. Data Layout Kalender "Spiderman"**

*Lay out* kalender ini menggunakan ilustrasi Spiderman sesuai dengan tema dari kalender ini.

*Headline bertuliskan "SPIDERMAN"* dengan menggunakan warna metallic untuk memberi kesan futuristic.

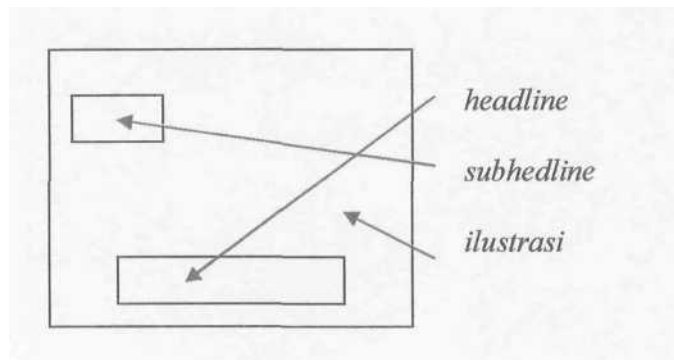
### **7.4.2. Konsep Lay Out Kalender**

## 7.4.2. Koosep Lay Out Kalender

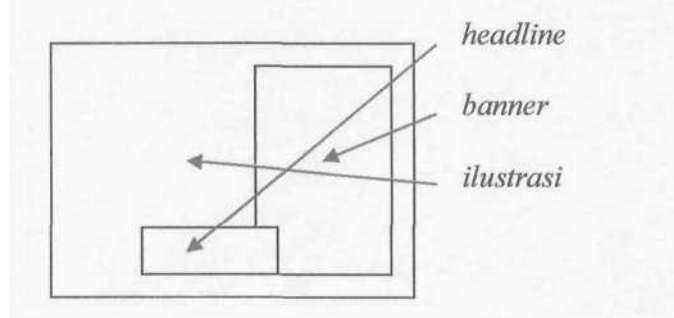
### 7.4.2.1. Komposisi Ruang

Menggunakan komposisi ruang *asimetris* agar baik ilustrasi maupun headline dan banner dapat terlihat dengan jelas.

#### Cover depan



#### Format isi



### 7.4.2.2. Headiine

*Headline* pada cover depan adalah tulisan "SPIDERMAN" dengan menggunakan waraa metalik yang mengesankan kekuatan, sedangkan *headline* pada format isi yaitu "2002"

menggunakan jenis huruf *Arial Black* dengan warna putih dan line warna biru.

#### **7.4.2.3. Ilustrasi**

*Ilustrasi* dalam kalender ini semuanya menggunakan gambar **SPIDERMAN** yang merupakan tema utama dari kalender ini.

#### **7.4.2.4. Subheadline**

*Subheadline* pada cover depan kalender ini yaitu "**2002**" menggunakan huruf *Arial Black*.

#### **7.4.2.5. Banner**

Merupakan informasi tentang tanggal, bulan, dan tahun yang tercantum pada kalender ini. Bulan dan tahun menggunakan jenis huruf *AvantGarde BKBT*, untuk hari menggunakan jenis huruf *BankGothic MD BT*, dan untuk penanggalan menggunakan jenis huruf *ArialBlack*.

#### **7.4.2.6. Kriteria Disain**

##### Disain

- Ukuran : 55x40cm
- Posisi : tidur (*landscape*)

- Skala : 1:1
- Bahan : *Glossy Photo Paper*
- Visulisasi : - teknik : computer

Format Jadi

- Ukuran : 55 x 40 cm
- Posisi : tidur (*landscape*)
- Bahan : *artpaper* 150 gram
- Cetak : 4 warna CMYK + lapisan UV

**7.5. Pemasaran**

Pemasaran Kalender ini bertujuan untuk menarik minat khalayak ramai dari usia 7 thn sampai 25 thn baik mereka yang sudah maupun belum menonton film SPIDERMAN. Dengan demikian selain sebagai media informasi tentang tanggal, hari, bulan, dan tahun, kalender ini juga dapat dijadikan koleksi bagi masyarakat yang suka dengan karakter **SPIDERMAN** ini

**7.5.1. Perkiraan Biaya**

- Film separasi warna CMYK  
55 x 40 cmxRp 140,00 Rp 308.000,00
- Plat wama 4 buah @ Rp 30.000,00 Rp 120.000,00
- Subtotal** **Rp 428.000,00**
- Bahan baku

<i>Artpaper</i> 150 gr ukuran plano (109x79)	
1 lembar plano dapat mencetak 1 lembar kalender. 1 edisi kalender dibutuhkan 7 lembar	
Untuk pembuatan 1000 kalender	
7 x 1000 xRp 3.500	Rp 2.450.000,00
- Ongkos cetak	
Untuk cetak 4 warna(o),Rp 250,00 per sisi	
7 x 4 x 1000 xRp 250,00	Rp 7.000.000,00
- Ongkos UV Gloss Rp 0,20 per cm2	
(55 x 49) x 7 x 4 x 100 x Rp 0,20	Rp 1.232.000,00
<b>Totall</b>	<b>Rpl 1.110.000,00</b>
- PPN 10%	Rp 1.111.000,00
<b>Total II</b>	<b>Rpl2.221.000,00</b>
- Ongkos disain 20 %	Rp 2.444.200,00
<b>Total biaya produksi</b>	<b><u>Rp 14.665.200,00</u></b>

7.5.2. Lampiran Karya



Cover Depan



Format isi