BAB I PENDAHULUAN

Seiring dengan maraknya persaingan usaha di tengah masyarakat Indonesia, maka sebuah perusahaan swasta ataupun badan pemerintah memerlukan media informasi dan komunikasi yang memadai agar segala misi dan fisinya dapat diterima oleh masyarakat dengan baik.

Agar media informasi dan komunikasi **dapat** tepat **sasaran**, maka disain **yang** baik mutlak diperlukan untuk menarik perhatian sehingga maksud dan tujuan si pembuat iklan dalam menyampaikan pesan baik komersial ataupun sosial masyarakat **dapat** dilaksanakan.

Pengertian **dari** Disain **adalah** elemen visual yang **di** kembangkan dengan dalih tertentu dan **diolah** sesuai dengan keperluan pengiklanan **atau** pengemasan, **atau** bisa juga deskripsi *gagasan* mengenai bentuk, *rupa*, ukuran, warna' dan tata letak beserta unsur-unsurnya membentuk **wajah** suatu benda Kamus istilah periklanan Indonesia (Nuradi , 1996 : 53). Sedangkan Desainer **adalah orang yang** menciptakan maupun melaksanakan gagasan suatu ide menjadi suatu rancangan Pengertian disain **atau** disain **grafis** secara khusus **adalah rancangan yang** mencakup dua dimensi misalnya ilustrasi, tipografi, fotografi dan metode fotogafi dan melukis. Sedangkan menurut Matthew Baranski bahwa disain bisa hanya **grafik, hasil** cetakan pada bidang yang rata atau juga **dalam** bentuk 3 dimensi (Matthew Baranski, 1960 : 2). Jadi dapat disimpulkan bahwa disain grafik adalah suatu media komunikasi dalam bentuk **grafik angka**, huruf **gambar dalam** bentuk 2 dimensi maupun 3 dimensi.

Unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah disain *grafis* :

1. Ilustrasi Visual

Ilustrasi adalah suatu gambar berupa lukisan atau foto yang berfungsi menerangkan menghias, dan memperjelas **suatu pesan dalam** komunikasi grafika, juga kadang-kadang untuk merangsang perhatian pembaca (Tim Leksikon Grafika, **1980 : 76**).

2. Logotype

Logotype adalah simbol atau nama yang dipakai oleh suatu perusahaan (Nuradi ,**1996 : 102**).

3. Typografi

Typografi adalah seni memilih, menyusun **dan** mengatur **tata** letak **huruf** dan jenis **huruf** untuk keperluan percetakan maupun reproduksi (Nuradi , **1996 : 181**).

4. Komposisi

Komposisi berarti mengarang, mengatur, menyusun yang berkaitan dengan keindahan seperti titik grafis, bidang dan warna (**W.J.S.** Poerwadarminta, **1986 : 453**).

5. Warna

Pemilihan warna **dalam** sebuah iklan **sangat** penting, karena warna memiliki nilai efektif **yang** membangkitkan perasaan, setiap warna seakan-**akan** mempunyai karakter tersendiri (W.J.S. Poerwadarminta , **1986 : 1008**).

Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat **maka** muncullah biro-biro iklan **sebagai** wadah **para** disainer **yang** menawarkan jasa periklanan dengan pelayanan **terbaiknya**

Sedangkan pengertian biro iklan itu sendiri **adalah** perusahaan yang menyelenggarakan dan merencanakan kampanye periklanan dan bertindak atas nama klien (W.J.S. Poerwadarminta , 1986 : 4).

Oleh karena itu seorang disainer **tidak hanya** dituntut untuk merancang suatu media iklan yang komunikatif tapi juga **inovatif dan** kreatif agar karyanya mampu bersaing di era globalisasi ini.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis mengisahkan membuat hasil karya **grafis** yang merupakan perwujudan / penerapan dari segala teori dan praktek yang telah dipelajari ,**yaitu** :

1. Poster Budaya dengan tema "TARI **SERIMPI** ".
2. Cover Majalah Wanita .. COSMO "
3. Cover CD .. **TEMBANG KENANGAN** ".
4. Brosur Mobil .. ISUZU PANTHER ".
5. Iklan majalah wanita .. **ORIFLAME bath oil** ".
6. Billboard dengan tema .. PERINGATAN HARI LAUT INDONESIA ..
7. Iklan " SELAMAT ULANG TAHUN PT. ANTIKA RAYA .. di **Surat Kabar**.