

## **BAB 3 KONSEP DESAIN**

### **3.1. Sintesis**

#### **3.1.1. Tujuan dan Strategi pemasaran**

Bidang usaha ritel pasar swalayan adalah usaha yang bergerak di bidang jasa penjualan produk untuk kebutuhan hidup konsumen. Tujuan pemasaran di bidang usaha ini adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dari sandang pangan maupun papan. Produk yang dijual sangat beraneka ragam sehingga di dalam sebuah pasar swalayan hampir tidak terdapat sebuah merek produk yang menjadi produk unggulan. Karena tidak adanya sebuah produk yang diunggulkan oleh sebuah pasar swalayan, maka mayoritas pasar swalayan menyuguhkan pelayanan yang maksimal kepada para para pelanggan mereka. Sehingga yang menjadi tujuan utama mereka dalam menarik minat pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga konsumen merasa puas dan nyaman untuk berbelanja. Karena alasan dari kepuasan dan kenyamanan maka timbul sebuah ide untuk menempatkan konsep Hutan Hujan Tropis ke dalam pasar swalayan Fair Price Nina. Dengan konsep Hutan Hujan Tropis diyakini akan mampu memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada para konsumen, hal tersebut dilihat dari hasil pengamatan yang telah dilakukan, bahwa belum ada satupun pasar swalayan yang menggunakan desain dengan konsep yang sama ataupun berbeda. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan diperoleh sebanyak 100 % (70orang dari 70 responden) merasa kurang nyaman dengan desain dan konsep yang dimiliki oleh pasar swalayan selama ini. Dan hampir semua responden 90 % (63 orang dari 70 responden) menjawab setuju untuk menempatkan konsep Hutan Hujan Tropis ke dalam sebuah pasar swalayan. Responden merasa jenuh dengan desain pasar swalayan selama ini, sehingga banyak konsumen yang sering berpindah-pindah pasar swalayan untuk menemukan suasana yang baru dan segar. Konsep Hutan Hujan Tropis akan mampu memberikan suasana yang berbeda dan lebih segar, karena dipastikan konsep Hutan Hujan

Tropis ini baru diterapkan pertama kalinya di kota Surabaya bahkan kemungkinan baru pertama kalinya di Indonesia.

Banyak yang telah dilakukan oleh pasar-pasar swalayan di kota Surabaya untuk menarik perhatian para konsumen. Sedikit banyak strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pemain pasar, seperti misalnya yang dilakukan oleh PT Putra Serasi Pionerindo (PSP), pemilik Tops Supermarket, dengan memasukkan konsep Petrol Convenient Store, dimana konsumen dapat mengisi bahan bakar beserta berbelanja di Tops Supermarket (Radar Surabaya : Sabtu, 23 Februari 2002). Selain itu, PT. PSP juga mempunyai sebuah strategi yang baru untuk memberikan kenyamanan berbelanja bagi para konsumennya dengan memberikan fasilitas TV komersial yang ditempatkan pada setiap outlet Tops Supermarket.

Sebagai pesaing, Papaya Supermarket menggunakan jalur kerjasama dengan Ace Hardware, yang diterapkan pada outletnya di jalan Raya Margorejo Indah. Sedangkan untuk Indomaret menggunakan strategi pemasaran dengan membuka gerai-gerai mini market baru di sepanjang jalan hampir di seluruh kota Surabaya. Oleh karena itu untuk mengatasi persaingan di bisnis ritel, maka Fair Price Nina menggunakan strategi komunikasi visual dengan memasukkan konsep Hutan Hujan Tropis ke dalam salah satu gerai penjualan dan didukung dengan promosi lewat iklan. Konsep Hutan Hujan Tropis dinilai mampu menarik perhatian konsumen, karena dari hasil pengamatan kami, hampir tidak ada pesaing yang menggunakan konsep serta desain yang sama ataupun berbeda. Sehingga dengan konsep dan desain yang unik dan berbeda akan menjadikan Fair Price Nina menjadi satu-satunya pasar swalayan dengan suasana Hutan Hujan Tropis.

### 3.1.2. Tujuan dan strategi komunikasi Periklanan

Dengan menggunakan konsep Hutan Hujan Tropis, maka segala bentuk desain dan perancangan komunikasi visual menggunakan tema-tema berbau hutan beserta isinya, antara lain dengan memasukkan unsur-unsur flora dan fauna serta beberapa sumber daya alam yang terdapat di

sekitar hutan tersebut. Iklan atau promosi yang dilakukan bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat, bahwa telah hadir sebuah pasar swalayan yang menggunakan konsep serta desain bertemakan Hutan Hujan Tropis.

Sedangkan strategi yang digunakan yaitu dengan memasang iklan pada media cetak surat kabar yang banyak dibaca oleh masyarakat kota Surabaya, seperti halnya harian Jawa Pos. Selain melalui iklan media cetak surat kabar juga dilakukan promosi lewat media cetak yang lainnya seperti misalnya untuk iklan *above the line* dengan menggunakan Billboard dan untuk iklan *below the line*, akan digunakan poster, brosur, promotion postcard, hanging mobile, dan flag chain. Billboard akan ditempatkan pada daerah-daerah yang memiliki nilai strategis dengan skor 1(satu) yaitu akan ditempatkan pada jalan Raya Darmo serta jalan Ahmad Yani Surabaya.

Selain dengan melakukan segala bentuk promosi diatas, Fair Price Nina juga melakukan serangkaian kegiatan, seperti membagikan brosur pada jalan-jalan tertentu dan tempat-tempat tertentu, pembagian merchandise (hadiah untuk pembelian dalam jumlah tertentu) serta pembagian stiker.

### **3.2. Konsep Media**

#### **3.2.1. Tujuan media**

Media Cetak Jawa Pos, memiliki jangkauan yang cukup luas hingga ke seluruh pulau Jawa-Bali. Jawa Pos menguasai sebesar 11.2 % dari seluruh penduduk Jawa Bali dan pembaca terbanyak pada kota Surabaya yaitu mencapai 66.8 % dan kebanyakan pembaca berumur sekitar >15 tahun (Cakram komunikasi : April 2001). Dilihat dari hal tersebut maka disimpulkan Jawa Pos adalah sebuah media yang mampu menjual produk.

Billboard akan ditempatkan pada jalan Raya Darmo dan jalan Ahmad Yani. Menurut keterangan dari Dinas Pendapatan Kota Pemerintahan kota Surabaya, kedua jalan ini termasuk jalan kelas 1 (satu) yaitu jalan yang terletak di jalan utama (highway) dan memiliki kepadatan kendaraan yang cukup tinggi. Billboard hanya dipasang 1 sisi yaitu sisi

yang menghadap ke Utara, tujuannya agar kendaraan yang menuju ke Selatan dapat membaca billboard tersebut karena bertepatan dengan letak Fair Price Nina 'Rainforest Mart' di Surabaya Selatan. Tujuan billboard ini bertujuan untuk mengingatkan dan memberitahu keberadaan Rainforest mart tersebut.

Iklan koran serta poster memiliki kesamaan konsep yaitu dengan memberikan sebuah permainan mencari 5 miss Nina pada gambar yang terpampang di iklan tersebut. Jika dipertanyakan apa tujuannya memberikan 5 miss Nina di dalam gambar tersebut, 5 Nina berarti 5 cabang dari pasar swalayan Fair Price Nina di Surabaya. Selain itu penerapan komunikasi visual pada gambar tersebut terdapat pada latar belakang Hutan Hujan Tropis, yang berisikan bahwa memberitahukan ada salah satu dari pasar swalayan Fair Price Nina tersebut yang memiliki konsep serta desain Hutan Hujan Tropis yang kemudian dilengkapi dengan penjelasan-penjelasan yang ikut dilampirkan pada iklan tersebut.

Di ibukota Jakarta telah membuktikan keefektifan sarana promosi dengan menggunakan kartu pos (postcard). Hal tersebut diungkapkan oleh salah satu pihak manajemen dari CEO advertising, Thomson Ong, yang berdomisili di Jakarta Utara. Kini sedang gempar-gemparnya perusahaan membagikan postcard sebagai sarana promosi di ibukota Jakarta. Diungkapkan bahwa postcard adalah sarana yang efektif dikarenakan biaya produksi yang cukup murah serta kebanyakan khalayak menggunakan postcard untuk digunakan sebagai koleksi pribadi juga untuk dikirimkan kepada relasi-relasi mereka, baik yang berada di dalam negeri maupun yang berada di luar negeri. Pada postcard didapat 3 macam desain yaitu antara lain desain dengan tema kereta belanja, tema persahabatan dan penyelamatan dunia serta tema lingkungan hidup. Masing-masing tema tersebut memiliki konsep dan arti yang berbeda-beda, tema kereta belanja dengan menggunakan slogan 'the first, the one and the only one' jadi mengisyaratkan bahwa memang konsep Hutan hujan tropis tersebut adalah yang pertama, hanya satu serta hanya satu-satunya di Surabaya. Tema persahabatan, bertujuan untuk memberikan

suatu informasi kepada semua orang untuk ikut dengan kita dalam melestarikan alam serta bersahabat tanpa memandang suku, ras dan agama. Dalam kata lain Fair Price Nina 'Rainforests mart' turut serta dalam pelesatarian alam melalui pendidikan tentang Hutan serta tidak menentang dengan adanya perbedaan yang terdapat disekitar kita. Dan yang terakhir memiliki tema lingkungan hidup yang bergambar hutan dan air. Tema ini mengangkat tentang kesegaran akan hutan dan sungai tanpa ditebangi serta dicemari oleh limbah-limbah industri.

Keunikan desain hanging mobile mampu membuat konsumen merasa terhibur, karena desain tersebut memperlihatkan seekor gorila sedang bergelantungan pada belalai seekor gajah. Dengan gorila yang dapat bergelantungan tersebut maka kemungkinan besar desain hanging mobile tersebut mampu menarik perhatian konsumen khususnya para konsumen yang membawa anak-anak mereka.

### 3.2.2. Strategi media

#### 3.2.2.1. Segmentasi pasar

##### a. Segmentasi demografis

Segmentasi demografis mencakup banyak variabel, seperti usia, jenis kelamin, status pernikahan, tingkat pendapatan serta pekerjaan konsumen. Segmentasi demografis yang diambil pada pasar swalayan Fair Price Nina 'Rainforest Mart' adalah, desain serta konsep ditujukan kepada konsumen segala kalangan baik dari yang tua maupun muda, laki-laki ataupun perempuan dan tidak melihat status pernikahan. Karena pasar swalayan tersebut menjual kebutuhan pokok konsumen sehingga tidak mempunyai batasan-batasan tertentu.

##### b. Segmentasi geografis

Pasar swalayan Fair Price Nina 'Rainforest Mart' terletak di daerah Surabaya Selatan, sehingga secara otomatis konsumen pasar swalayan tersebut adalah penduduk yang bermukim, bekerja serta yang melewati daerah tersebut. Tetapi tidak menutup kemungkinan dapat menarik perhatian seluruh daerah dan bagian di kota Surabaya.

##### c. Segmentasi psikografis

Segmentasi Psikografis adalah pengembangan yang paling menggairahkan dalam teknik segmentasi untuk pembangunan merek (Branding in Asia : 2001). Psikografis mencakup banyak hal, antara lain tentang kegiatan, minat, opini, sikap, nilai dan gaya hidup. Pasar swalayan Fair price Nina 'Rainforests Mart' lebih mengarah kepada para konsumen yang memiliki gaya hidup yang lepas dan peduli akan lingkungan hidup. Lepas dalam hal ini berarti manusia yang tidak terikat oleh aturan tertentu, sehingga menghambat pikiran mereka untuk berkreasi.

d. Segmentasi behaviour

Behaviour berarti kebiasaan, dalam hal ini konsep Fair Price Nina 'Rainforest Mart' lebih menuju kepada manusia yang memiliki kebiasaan hidup santai dan menikmati segala sesuatu yang terdapat disekitarnya. Karena dengan kebiasaan ini maka mereka dapat menikmati desain dan konsep baru ini dengan pikiran yang lebih terbuka.

3.2.2.2. Paduan media

Media disini dibagi menjadi 2 bagian khusus, antara lain media promosi dan media desain interior. Di bawah ini akan dijelaskan kegunaan masing-masing media tersebut.

a. Media promosi

Seperti yang dijelaskan diatas, promosi menggunakan banyak media, tetapi seluruhnya menggunakan media cetak (visualisasi 2 dimensi). Billboard berguna sebagai alat untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang keberadaan serta keadaan pasar swalayan tersebut. Disana diberitahukan bahwa telah terdapat pasar swalayan yang berdesainkan Hutan Hujan Tropis. Begitu pula dengan brosur yang juga memiliki tujuan yang sama dengan billboard yaitu memberikan informasi kepada konsumen tentang keadaan terkini pasar swalayan Fair Price Nina dengan konsep Hutan Hujan Tropis.

Selain itu juga diterapkan media cetak promosi yang lainnya, antara lain poster dan iklan yang terpampang di harian Jawa Pos.

Kedua iklan ini mempunyai konsep yang sama yaitu dengan memberikan permainan pencarian. Postcard juga menjadi saran promosi yang cukup efektif pula, selain biaya pembuatannya cukup murah, postcard juga dapat dikonsumsi oleh segala kalangan baik di Indonesia sendiri maupun di luar negeri. Media promosi lainnya ada yang berbentuk Flag Chain dan hanging mobile. Kedua jenis promosi ini bertujuan untuk mengingatkan konsumen akan keberadaan Rainforest mart tersebut.

b. Media desain interior

Di dalam desain interior pasar swalayan tersebut akan terdapat banyak perubahan, khususnya pada dinding-dinding kosong serta semua rak penjualan. Dinding kosong tersebut antara lain dinding langit-langit bangunan. Setelah itu dinding sebelah Utara, Timur dan Barat. Papan penunjuk (signage) juga mendapatkan setoran desain khusus, begitu pula dengan papan keterangan yang terdapat pada refrigerator sayur, buah dan rak-rak yang lainnya. Desain yang lainnya seperti stiker dan lain sebagainya hanya sebagai tambahan atau sebagai pelengkap desain.

3.2.3. Program media

Desain ruangan akan dimulai pada awal bulan Agustus dan diperkirakan akan memakan waktu selama 1.5 bulan. Setelah segala desain ruangan terselesaikan, baru akan diadakan promosi besar-besaran serentak hampir di seluruh kota Surabaya. Billboard akan ditayangkan sekitar pertengahan Oktober begitu pula dengan iklan surat kabar. Promosi akan dilakukan pada 3 bulan efektif, maksudnya promosi akan dilakukan selama 3 bulan untuk memperkenalkan pasar swalayan Rainforest Mart kepada khalayak Surabaya.

Lama pemasangan billboard selama 1 tahun sesuai dengan kontrak yang dibuat dengan pihak advertising yang bersangkutan. Billboard dipasang pada jalan Raya Darmo dan jalan Ahmad Yani Surabaya. Untuk poster diperkirakan akan dipasang pada jalan yang padat dengan pengguna jalan, antara lain jalan Tunjungan, jalan Basuki Rahmat, jalan

Siwalankerto (depan U.K. Petra), jalan Trenggilis (depan UBAYA), daerah pertokoan di jalan Mayjend Sungkono serta beberapa departemen store sesuai kesepakatan dengan pihak departemen store.

Iklan pada harian Jawa Pos diperkirakan ditayang sebanyak 6 kali, yaitu sebanyak 2 minggu sekali selama 3 bulan. Dimulai pada saat 1 hari sebelum pembukaan dan diteruskan pada 2 minggu kemudian setelah penayangan yang pertama.

Brosur dibagikan pada pintu keluar departemen store antara lain Tunjungan Plaza, Plaza Marina, Pasar Atom, Surabaya Plaza dan pada Galaxi mall. Tepatnya lagi sesuai kesepakatan dengan pihak departemen store tersebut. Selain itu juga akan dibagikan pula pada jalan-jalan strategis yang memiliki Traffic Light (lampu lalu lintas), diperkirakan pada pertigaan jalan Raya Margorejo Indah, Raya Prapen dan Raya Jemursari. Juga pada pertigaan jalan Jemur Handayani dengan Raya Jemursari. Tidak luput pula jalan-jalan strategis lainnya semisal Traffic Light jalan Ahmad Yani, Raya Darmo (depan kebun binatang Surabaya), juga pada universitas-universitas yang berdekatan dengan daerah Raya Jemursari, antara lain Universitas Kristen Petra, Universitas Surabaya (UBAYA) dan tidak luput pula universitas Widya Mandala jalan Dinoyo.

### **3.3. Konsep Kreatif**

#### **3.3.1. Tujuan kreatif**

Hutan merupakan bagian dari sirkulasi kehidupan makhluk bumi. Dengan menghasilkan beribu-ribu jenis kebutuhan manusia maka hutan selayaknya dipelihara serta dipelajari oleh manusia. Dengan alasan hutan selalu memenuhi kebutuhan pokok manusia baik dari sandang, pangan dan papan, maka konsep hutan ini dapat dimasukkan pada konsep pasar swalayan. Pasar swalayan adalah tempat penjualan segala kebutuhan hidup manusia dan kebutuhan hidup itu pula juga tersedia di dalam hutan.

Diantara berbagai jenis hutan, Hutan Hujan Tropis yang dipilih sebagai konsep pasar swalayan Fair Price Nina 'Rainforest Mart'. Karena Hutan hujan memiliki kehidupan yang luar biasa kompleksnya, baik dari beribu-ribu jenis flora yang terdapat berjuta-juta spesies hewan baik dari

kelas Aves (burung) yang terbang di angkasa maupun hingga ke kelas insecta (serangga) yang sebagian tinggal di dalam balok-balok kayu hingga tinggal di dalam tanah. Walaupun kehidupan di dalam hutan saling memangsa tetapi sebenarnya mereka saling membutuhkan satu dengan yang lainnya. Seperti halnya dengan kehidupan manusia umumnya dimana manusia hidup saling bersaing satu dengan yang lainnya tetapi dalam hati mereka sebenarnya mereka saling membutuhkan satu dengan yang lainnya.

Di dalam desain pasar swalayan Fair Price Nina 'Rainforest Mart' seluruhnya bertemakan Hutan Hujan Tropis, baik dari karakter figur (hewan) hingga ke desain alamnya, kesemuanya itu diambil berdasarkan referensi tentang Hutan Hujan yang terdapat di dunia. Desain pada Rainforest mart seluruh tokohnya berbentuk kartun. Tokoh kartun tidak hanya dikonsumsi oleh anak kecil saja seperti halnya yang diungkapkan oleh mayoritas orang dewasa, kartun juga dapat dikonsumsi oleh orang dewasa bahkan para manula. Karena secara psikologis manusia baik yang baru berusia muda maupun yang telah berusia lanjut terbukti masih menggemari serta adapula yang mengikuti perkembangan perkartunan, walaupun masih banyak orang dewasa yang menyangkal hal tersebut. Dengan desain yang diterapkan pada rainforest mart tersebut maka tidak akan menutup kemungkinan kepada para orang dewasa untuk menikmati suasana kartun yang bertemakan hutan hujan tropis. Desain ini bukan hanya ditujukan kepada para orang dewasa untuk menikmati keindahan kartun dengan nuansa hutan tersebut, tetapi konsep ini juga dapat dikonsumsi kepada para anak-anak.

### 3.3.2. Strategi kreatif

#### 3.3.2.1. Isi pesan

Dalam desain yang dibuat, mempunyai makna cerita tentang berbagai kehidupan di hutan. Cerita tersebut sebagai demikian, ada seorang anak perempuan yang hidup dengan seekor anjing gembalanya. Dia hidup di sebuah lahan pertanian yang luas dan tidak jauh dari lahannya terdapat sebuah hutan hujan tropis yang cukup luas dan dalam. Hutan tersebut

berisikan bermacam-macam hewan dan tumbuhan, dan mereka hidup berdampingan dengan Nina. Dalam hal tersebut mereka semuanya saling membutuhkan satu dengan yang lainnya, terkadang Nina menuju ke hutan untuk mencari berbagai macam kebutuhan hidupnya dan begitu pula dengan hewan-hewan yang dekat dengannya.

Dalam isi pesan diatas menunjukkan bahwa Nina (sebagai maskot dari Fair Price Nina 'Rainforest Mart) tidak dapat hidup sendiri di lahan pertaniannya itu. Dia dan para penduduk hutan tersebut saling membutuhkan dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka masing-masing. Sama halnya dengan manusia, kita tidak mungkin mampu hidup sendiri, kita memerlukan orang lain untuk ikut mengisi hidup kita sehari-hari. Selain itu kita juga diajarkan bagaimana kita harus menjaga lingkungan hidup kita walaupun kita hidup di dalam kota besar, dimana tidak terdapat satupun hutan. Banyak sekali penduduk kota yang tidak mengetahui manfaat hutan, sehingga mereka tidak memperhatikan dampak lingkungan dengan menebangi pepohonan, menangkap dan membunuh hewan yang langka atau yang dilindungi oleh dunia. Kebanyakan mereka tidak sadar bahwa dunia ini bukan hanya milik manusia, tetapi juga milik semua makhluk yang hidup di atas bumi ini. Dengan Rainforest Mart ini selain kita dapat mengetahui bahwa hutan juga mampu memenuhi kebutuhan hidup manusia kita juga mngetahui tentang pelajaran akan kehidupan flora dan fauna yang hidup di dalam hutan, khususnya hutan hujan tropis.

#### 3.3.2.2. Bentuk pesan

Secara visual kehidupan bersama dan kerukunan divisualkan pada hewan-hewan yang hidup secara damai tanpa terdapat perselisihan satu dengan yang lainnya. Hewan-hewan tersebut divisualkan dalam bentuk kartun, karena dengan kartun akan menimbulkan kesan santai, rileks dan terkadang menimbulkan gelak tawa. Reaksi itulah yang dikehendaki untuk diterima oleh para konsumen yang berkunjung pada pasar swalayan tersebut, rasa gembira dan santai akan membuat kesadaran dan ketenangan konsumen dalam berbelanja pada pasar swalayan Rainforest Mart.

Selain itu untuk desain promosi seluruh visualisasi tetap digunakan tokoh kartun yang berbentuk hewan. Karena tokoh kartun hewan sudah menjadi satu kesatuan karakteristik dari rainforest mart. Pada Billboard pertama sebesar 3 x 6 meter, divisualkan seekor buaya yang sedang berlari menuju ke Rainforest mart. Billboard ini diletakkan pada jalan Ahmad Yani, karena sesuai dengan visualisasinya dengan panah menuju ke arah Barat maka desain ini sangat bertepatan dengan jalan ahmad Yani yang menuju ke arah jalan Raya Margorejo. Billboard kedua adalah billboard yang divisualkan ikan dan hewan laut yang lainnya, dan mereka terlihat sedang pergi berbelanja.

Untuk desain poster serta desain iklan surat kabar, divisualisasikan dalam bentuk permainan mencari 5 Nina yang terdapat pada gambar tersebut. Dan kemudian dijelaskan serta diberitahukan tentang lokasi Rainforest mart tersebut.

#### 3.3.2.3.Strategi Visual

Visual tersebut (dalam bentuk kartun) dipastikan akan mampu menarik minat pengunjung untuk datang dan kemudian berbelanja pada Rainforest mart tersebut. Kartun sangat mampu menarik perhatian konsumen baik di jalan maupun di majalah ataupun di koran, karena seperti yang kebanyakan orang tahu bahwa desain iklan di Indonesia jarang menggunakan tokoh kartun sehingga beberapa desain membuat masyarakat jenuh dan tidak lagi memperhatikan iklan. Tetapi hal berbeda pada saat Sampoerna A mild meluncurkan iklan dengan tokoh-tokoh kartun hewan, serasa terdapat sesuatu yang berbeda dengan iklan-iklan yang lainnya, serta iklan tersebut terbukti mampu menarik perhatian segala kalangan.

#### 3.3.3. Program kreatif

##### 3.3.3.1.Tema pokok yang diangkat

Tema yang diangkat adalah tema Hutan Hujan Tropis. Hutan Hujan dengan berbagai kehidupan yang terdapat di dalamnya, dari hewan melata hingga ke hewan menyusui. Berjuta-juta jenis makhluk hidup di dalam sana dan hidup sesuai dengan hukum alam dan hukum alam terjadi

dimanapun baik pada kehidupan manusia sekalipun. Tetapi Hutan memberikan manusia dan makhluk lain kehidupan yang sejuk, Hutan menghasilkan oksigen untuk dihirup oleh manusia, hutan menghasilkan kayu untuk pembangunan, dan hutan menghasilkan makanan untuk dimakan oleh manusia. Kesemuanya itu tergantung dari manusia untuk bagaimana mengelolah dengan baik.

Sesuai dengan tema diatas maka inti dari Hutan tersebut sebenarnya sangat memiliki kesinambungan dengan sebuah pasar swalayan. Dimana manusia bekerja, bersaing dalam kehidupan ini untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, disini pasar swalayan yang memiliki fungsi yang sama dengan Hutan yaitu menyediakan kebutuhan pokok manusia. Manusia berbelanja dan menikmati suasana di pasar swalayan tersebut, tetapi semuanya itu tergantung kemampuan daya beli mereka.

#### 3.3.3.2. Pendukung tema

Yang mendukung tercapainya tema tersebut adalah inisiatif daripada Hutan tersebut. Dengan melihat hutan dengan segala kehidupannya itulah, maka timbul ide untuk memberikan pasar swalayan sebuah konsep Hutan Hujan Tropis. Hutan Hujan adalah hutan yang terbesar kontribusinya dalam menghasilkan oksigen dan menghasilkan segala kebutuhan hidup manusia.

Tema didukung dengan berbagai referensi tentang keberadaan hutan beserta isinya juga hukum-hukum yang mengatur tentang penggunaan atau pemanfaatan hutan tersebut.

#### 3.3.3.3. Pedoman bentuk kreatif

##### a. Pesan verbal

Penyampaian keberadaan hutan tersebut pada pasar swalayan Fair Price Nina 'Rainforest Mart' adalah dengan memasukkan unsur hutan ke dalam desain pasar swalayan tersebut. Untuk menyampaikan keberadaan itu maka diperlukan beberapa promosi antara lain melalui promosi pada media cetak yaitu surat kabar harian Jawa Pos. Selain itu juga dengan media billboard serta poster, brosur dan pembagian promotion postcard.

b. Pesan visual

Visual digambarkan dengan bentuk 2 dimensi dan memiliki jenis visual kartun. Kartun digunakan karena terbukti kartun mampu menarik perhatian konsumen. Mereka akan bertanya-tanya apa yang ditawarkan oleh konsumen di balik visual kartunnya tersebut. Rasa keingintahuan itulah yang dapat menjadi tombak untuk menjadi sasaran promosi tersebut, sehingga konsumen lebih mudah diarahkan menuju ke pasar swalayan rainforest mart tersebut.

c. Penyajian

Gaya visual yang ditunjukkan pada desain tersebut adalah berfifat 'ramai'. Ramai berarti desain terkesan penuh sesak sesuai dengan visual dari Hutan Hutan tersebut. Pada ketinggian tertentu Hutan hujan terlihat bagaikan sebidang karpet hijau yang segar (Hutan : 1985) kehidupan hutan juga terlihat penuh sesak akan tetumbuhan serta hewan-hewan yang bercokol serta hidup di dalam hutan tersebut.

Keramaian desain itu dipadukan dengan gaya kartun yang divisualisasikan sedemikian rupa sehingga bagi siapapun yang memperhatikan gambar tersebut akan merasa senang dan tenang untuk memperhatikan visualisasi tersebut.

d. Penulisan teks dan visual

Pada desain kata 'Rainforets' digunakan jenis huruf Handwrite (converted) + 1.5pt line (freehand). Huruf tersebut mempunyai karakter yang hampir menyerupai ranting-ranting pepohonan. Kata 'mart' digunakan huruf arial black, huruf tersebut memiliki karakteristik kuat dan kokoh sehingga mart (pasar swalayan) tersebut terkesan berdiri tegak dan selalu kokoh terhadap segala tantangan. Pada desain-desain yang lainnya menggunakan jenis huruf yang berbeda-beda sesuai dengan keadaan desainnya.

Sebagai visualnya logo menggunakan kumbang koksi bintik 10 (*Ephialcna Admirabilis*) kumbang koksi sendiri memiliki nama latin *Coccinelidae*. Kumbang ini memiliki sifat lembut walaupun sejenis *Carnivora*. Tetapi kekarnivoraannya sangat bermanfaat bagi manusia

untuk membasmi hama wereng, kutu daun, serangga sisik dan tungau. Kumbang koki adalah salah satu jenis kumbang yang paling digemari didunia karena keunikan warna serta bentuknya. Serangga adalah penduduk yang terbanyak di dunia, sehingga menggunakan serangga sebagai wakil dari populasi tertinggi di hutan.

Warna-warna mayoritas yang digunakan pada desain hutan hujan tropis adalah warna hijau. Karena warna hijau memiliki sifat kealamian, pertumbuhan, kesegaran, natural, sehat, damai, tenang, dingin, segar dan sehat (Colour :2001). Sehingga dengan prediksi warna itulah hampir seluruh desain diterapkan warna kehijauan.

e. Biaya kreatif

Pada desain ulang ini maka desain terbagi menjadi 3 bagian pokok, antara lain Corporate Identity, promosi dan desain interior. Maka penghitungan biaya akan terbagi sebagai berikut :

1. Corporate Identity

a. Letterhead / kop surat

Ukuran A4 (210mm x 297mm)

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)

$$623,7 \text{ cm}^2 \times \text{Rp.100,00} = \text{Rp.62.370,00}$$

- Biaya plat cetak : menggunakan plat oliver

Harga per plat Rp. 40.000

$$4 \text{ plat (CMYK)} \times \text{Rp.40.000,00} = \text{Rp.160.000,00}$$

- Biaya cetak sebanyak 4000 lembar :

Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.50,00

$$(\text{Rp.50} \times 4 \text{ warna(CMYK)}) = \text{Rp.200,00} \times 4000 \text{ lembar} = \text{Rp.800.000,00}$$

- **Total biaya : 26.370 + 160.000 + 800.000 = Rp.1.022.370,00**

b. Envelope / amplop

Ukuran 265 mm x 250 mm

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)

$$662,5 \text{ cm}^2 \times \text{Rp.100,00} = \text{Rp.66.250,00}$$

- Biaya plat cetak : menggunakan plat oliver

Harga per plat Rp. 40.000

4 plat (CMYK) x Rp.40.000,00 = Rp.160.000,00

- Biaya cetak sebanyak 4000 lembar :

Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.50,00

(Rp.50 x 4 warna(CMYK))=Rp.200,00 x 4000 lembar =  
Rp.800.000,00

- Biaya potong : pisau potong per cm<sup>2</sup> Rp.300,00

662,5 cm<sup>2</sup> x Rp.300 = Rp.198.750,00

ongkos potong Rp.17,5 per lembar

4000 lembar x 17,5 = Rp.70.000,00

- **Total biaya : 66.250 + 160.000 + 800.000 + 198.750 + 70.000  
= Rp.1.295.000,00**

c. Name card / kartu nama

Ukuran 55mm x 161,5mm (2 sisi)

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)

(88,8 cm<sup>2</sup> x 2) x Rp.100,00 = Rp.17.760,00

- Biaya plat cetak : menggunakan plat oliver

Harga per plat Rp. 40.000

4 plat (CMYK) x Rp.40.000,00 = Rp.160.000,00

- Biaya cetak sebanyak 4000 lembar :

Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.50,00

((Rp.35 x 2) x 4 warna(CMYK))=Rp.280,00 x 4000 lembar  
= Rp.1.120.000,00

- Biaya potong : pisau potong per cm<sup>2</sup> Rp.300,00

88,8 cm<sup>2</sup> x Rp.300 = Rp.26.640,00

ongkos potong Rp.17,5 per lembar

4000 lembar x 17,5 = Rp.70.000,00

- **Total biaya : 17.760 + 160.000 + 1.120.000 + 26.640 + 70.000  
= Rp.1.394.400,00**

d. Signage arrow / papan penunjuk

Ukuran 500mm x 333mm

- Biaya sablon : per warna Rp.20.000,00

$$14 \text{ warna} \times \text{Rp.}20.000 = \text{Rp.}280.000,00$$

- Biaya acrylic : 2 lembar  $\times$  20.000,00 = Rp.40.000,00
- Harga per lembar : 280.000 + 40.000 = Rp.320.000,00

Diperlukan 20 lembar, **total biaya : 20 x 320.000 =**  
**Rp.6.400.000,00**

e. Chasier signage

Ukuran 400mm x 504mm

- Biaya sablon : per warna Rp.25.000,00
- 18 warna  $\times$  Rp.25.000 = Rp.450.000,00
- Biaya acrylic : 2 lembar  $\times$  30.000,00 = Rp.60.000,00
- Harga per lembar : 450.000 + 60.000 = Rp.510.000,00

Diperlukan 8 lembar, **total biaya : 8 x 510.000 =**  
**Rp.4.080.000,00**

f. Mobil

Ukuran 1,5m x 3m

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Cat Duco Rp.100.000,00
- Sisi samping ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $(4,5\text{m}^2 \times 2\text{sisi}) \times \text{Rp.}30.000,00 = \text{Rp.}240.000,00$   
 $(4,5\text{m}^2 \times 2\text{sisi}) \times \text{Rp.}20.000,00 = \text{Rp.}160.000,00$
- Sisi belakang ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $2,25\text{m}^2 \times \text{Rp.}30.000,00 = \text{Rp.}67.500,00$   
 $2,25\text{m}^2 \times \text{Rp.}20.000,00 = \text{Rp.}45.000,00$

**Total biaya : 240.000 + 160.000 + 67.500 + 45.000 =**  
**Rp.612.500,00**

g. Baju kaos

- Ongkos sablon + kaos : Rp.17.500,00
- Diperlukan 500 buah kaos dengan kain katun

**Total biaya : 500 x Rp.17.500,00 = Rp.8.750.000,00**

h. Topi

- Harga per topi : Rp.4.000,00

- Ongkos bordir per topi (borongan) : Rp.2.500,00
- Diperlukan 1000 buah topi

**Total biaya :  $1000 \times \text{Rp.6.500,00} = \text{Rp.6.500.000,00}$**

i. Sticker

Ukuran 150mm x 120mm

- Biaya sablon 16 warna + kertas stiker : Rp.3.500,00
- Dicetak 1000 lembar

**Total biaya :  $1000 \times \text{Rp.3.500,00} = \text{Rp.3.500.000,00}$**

j. Mug

- Harga mug : Rp.5.000,00
- Ongkos sablon : Rp.2.500,00 per mug

Diperlukan 200 biji, **total biaya :  $200 \times \text{Rp.7.500,00} = \text{Rp.1.500.000,00}$**

2. Promosi

a. Billboard 1

Ukuran 3m x 6m = 18m<sup>2</sup>

- Harga digital printing diaas flexi face front light : Rp.450.000,00 per meter<sup>2</sup>, biaya cetak :  $18\text{m}^2 \times \text{Rp.450.000,00} = \text{Rp.8.100.000,00}$

- Ongkos pajak (billboard dengan penerangan)

Hitungan untuk per tahun (d disesuaikan dengan informasi terkini dari Dinas Pendapatan Kota Surabaya)

Luas 18m<sup>2</sup> :  $\text{Rp.750.000,00} \times 18\text{m}^2 = \text{Rp.13.500.000,00}$

Ketinggian :  $12\text{m} \times \text{Rp.100.000,00} = \text{Rp.1.200.000,00}$

Total NJOP :  $13.500.000 + 1.200.000 = \text{Rp.14.700.000,00}$

- Nilai setrategis, lokasi jalan kelas 1 : skor  $10 \times 60 \% = 6$

Sudut pandang 1 sisi :  $2 \times 15 \% = 0,3$

Ketinggian :  $12 \times 25 \% = 3$

Total skor :  $6,3 \times \text{Rp.5000.000,00} = \text{Rp.41.500.000,00}$

- Pajak :  $25 \% \times (14.700.000 + 41.500.000) = \text{Rp.14.050.000,00}$

- **Total biaya :  $8.100.000 + 14.700.000 + 41.500.000 + 14.050.000 = \text{Rp.78.350.000,00}$**

b. Billboard 2

Ukuran 3m x 5m = 15m<sup>2</sup>

- Harga digital printing diaas flexi face front light :  
Rp.450.000,00 per meter<sup>2</sup>, biaya cetak : 15m<sup>2</sup> x Rp.450.000,00  
= Rp.6.750.000,00
- Ongkos pajak (billboard dengan penerangan)  
Hitungan untuk per tahun (disesuaikan dengan informasi terkini dari Dinas Pendapatan Kota Surabaya)  
Luas 15m<sup>2</sup> : Rp.750.000,00 x 18m<sup>2</sup> = Rp.11.250.000,00  
Ketinggian : 12m x Rp.100.000,00 = Rp.1.200.000,00  
Total NJOP : 11.250.000 + 1.200.000 = Rp.12.450.000,00
- Nilai setrategis, lokasi jalan kelas 1 : skor 10 x 60 % = 6  
Sudut pandang 1 sisi : 2 x 15 % : 0,3  
Ketinggian : 12 x 25 % = 2  
Total skor : 8,3 x Rp.5000.000,00 = Rp.41.500.000,00
- Pajak : 25 % x (12.450.000 + 41.500.000) = Rp.13.487.500,00
- **Total biaya : 6.750.000 + 12.450.000 + 41.500.000 + 13.487.500 = Rp.74.187.500,00**

c. Brosur

Ukuran 410mm x 150mm

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)  
(615cm<sup>2</sup> x 2) x Rp.100,00 = Rp.61.500,00
- Biaya plat cetak : menggunakan plat oliver  
Harga per plat Rp. 40.000  
4 plat (CMYK) x Rp.40.000,00 = Rp.160.000,00
- Biaya cetak sebanyak 4000 lembar :  
Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.50,00  
((Rp.50 x 2) x 4 warna(CMYK))=Rp.400,00 x 4000 lembar  
= Rp.1.600.000,00
- Biaya potong : pisau potong per cm<sup>2</sup> Rp.300,00  
615 cm<sup>2</sup> x Rp.300 = Rp.184.500,00  
ongkos potong Rp.17,5 per lembar

4000 lembar x 17,5 = Rp.70.000,00

- Pajak Rp.200,00 perlembar x 4000 lembar = Rp.800.000,00
- **Total biaya : 61.500 + 160.000 + 1.600.000 + 184.500 + 70.000 + 800.000 = Rp.2.876.000,00**

d. Poster

Ukuran 514mm x 364mm

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)  
1.870,96cm<sup>2</sup> x Rp.100,00 = Rp.187.096,00
- Biaya plat cetak : menggunakan plat reobi  
Harga per plat Rp. 50.000  
4 plat (CMYK) x Rp.50.000,00 = Rp.200.000,00
- Biaya cetak sebanyak 2000 lembar :  
Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.200,00  
(Rp.200 x 4 warna(CMYK))=Rp.800,00 x 2000 lembar =  
Rp.1.600.000,00
- Pajak Rp.200,00 perlembar x 2000 lembar = Rp.400.000,00
- **Total biaya : 187.096 + 200.000 + 3.600.000 + 400.000= Rp.2.387.096,00**

e. Postcard

Ukuran 150mm x 105mm x 3desain

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)  
(157,5cm<sup>2</sup> x 2sisi) x Rp.100,00 = Rp.31.500,00
- Biaya plat cetak : menggunakan plat oliver  
Harga per plat Rp. 40.000  
4 plat (CMYK) x Rp.40.000,00 = Rp.160.000,00
- Biaya cetak sebanyak 4000 lembar :  
Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.50,00  
((Rp.50 x 2) x 4 warna(CMYK))=Rp.400,00 x 4000 lembar  
= Rp.1.600.000,00
- **Total biaya : 31.500 + 160.000 + 1.600.000 = Rp.1.791.500,00**

f. Flag Chain

Ukuran 150mm x 230mm

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)  
 $345\text{cm}^2 \times \text{Rp.100,00} = \text{Rp.34.500,00}$
- Biaya plat cetak : menggunakan plat oliver  
Harga per plat Rp. 40.000  
 $4 \text{ plat (CMYK)} \times \text{Rp.40.000,00} = \text{Rp.160.000,00}$
- Biaya cetak sebanyak 2000 lembar :  
Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.50,00  
 $((\text{Rp.50} \times 2) \times 4 \text{ warna(CMYK)}) = \text{Rp.400,00} \times 2000 \text{ lembar}$   
 $= \text{Rp.800.000,00}$
- **Total biaya : 34.500 + 160.000 + 800.000 = Rp.994.500,00**

g. Hanging mobile

Ukuran 275mm x 350mm

- Biaya Film : harga per cm<sup>2</sup> Rp.100,00 / 4film (CMYK)  
 $(962,5\text{cm}^2 \times 2\text{sisi}) \times \text{Rp.100,00} = \text{Rp.192.500,00}$
- Biaya plat cetak : menggunakan plat oliver  
Harga per plat Rp. 40.000  
 $4 \text{ plat (CMYK)} \times \text{Rp.40.000,00} = \text{Rp.160.000,00}$   
 $160.000 \times 2\text{sisi} = \text{Rp. 320.000,00}$
- Biaya cetak sebanyak 1000 lembar :  
Ongkos per lembar per warna sebesar Rp.50,00  
 $((\text{Rp.50} \times 2) \times 4 \text{ warna(CMYK)}) = \text{Rp.400,00} \times 1000 \text{ lembar}$   
 $= \text{Rp.400.000,00}$
- **Total biaya : 192.500 + 320.000 + 400.000 = Rp.912.500,00**

h. Iklan koran (harian Jawa Pos)

Ukuran 3 kolom 520mm

- Biaya 1mm kolom = Rp.31.500,00
- $1560 \text{ mm kolom} \times 31.500 = \text{Rp.49.140.000,00}$
- Penayangan sebanyak 6 kali dengan perincian 3 bulan, 2 minggu sekali

**Total biaya :  $49.140.000 \times 6 = \text{Rp.}294.840.000,00$**

3. Interior Design

a. Gambar langit-langit

Ukuran bidang cat 546,73m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Cat Dulux pearl glow Rp.25.000,00 per meter<sup>2</sup>  
 $546,73\text{m}^2 \times \text{Rp.}25.000,00 = \text{Rp.}13.668.250,00$
- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $546,73\text{m}^2 \times \text{Rp.}30.000,00 = \text{Rp.}16.401.900,00$   
 $546,73\text{m}^2 \times \text{Rp.}20.000,00 = \text{Rp.}10.934.600,00$
- Plamir per meter<sup>2</sup> Rp.15.000,00  
 $546,73 \times \text{Rp.}15.000,00 = \text{Rp.}8.200.950,00$
- **Total biaya :  $13.668.250 + 16.401.900 + 10.934.600 + 8.200.950 = \text{Rp.}49.205.700,00$**

b. Dinding Barat

Ukuran bidang cat 9,2m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Cat Dulux pearl glow Rp.25.000,00 per meter<sup>2</sup>  
 $9,2\text{m}^2 \times \text{Rp.}25.000,00 = \text{Rp.}230.000,00$
- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $9,2\text{m}^2 \times \text{Rp.}30.000,00 = \text{Rp.}276.000,00$   
 $9,2\text{m}^2 \times \text{Rp.}20.000,00 = \text{Rp.}184.000,00$
- Plamir per meter<sup>2</sup> Rp.15.000,00  
 $9,2 \times \text{Rp.}15.000,00 = \text{Rp.}138.000,00$
- **Total biaya :  $230.000 + 276.000 + 184.000 + 138.000 = \text{Rp.}828.000,00$**

c. Dinding Utara

Ukuran bidang cat 41,68m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>

- Cat Dulux pearl glow Rp.25.000,00 per meter<sup>2</sup>  
 $41,68\text{m}^2 \times \text{Rp}.25.000,00 = \text{Rp}.1.042.000,00$
- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $41,68\text{m}^2 \times \text{Rp}.30.000,00 = \text{Rp}.1.250.400,00$   
 $41,68\text{m}^2 \times \text{Rp}.20.000,00 = \text{Rp}.833.600,00$
- Plamir per meter<sup>2</sup> Rp.15.000,00  
 $41,68 \times \text{Rp}.15.000,00 = \text{Rp}.625.200,00$
- **Total biaya : 1.042.000 + 1.250.000 + 833.600 + 625.200 =**  
**Rp.3.750.800,00**

d. Dinding Utara + Timur

Ukuran bidang cat 33,32m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Cat Dulux pearl glow Rp.25.000,00 per meter<sup>2</sup>  
 $33,32\text{m}^2 \times \text{Rp}.25.000,00 = \text{Rp}.833.000,00$
- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $33,32\text{m}^2 \times \text{Rp}.30.000,00 = \text{Rp}.999.600,00$   
 $33,32\text{m}^2 \times \text{Rp}.20.000,00 = \text{Rp}.666.400,00$
- Plamir per meter<sup>2</sup> Rp.15.000,00  
 $33,32 \times \text{Rp}.15.000,00 = \text{Rp}.499.800,00$
- **Total biaya : 833.000 + 999.600 + 666.400 + 499.800 =**  
**Rp.2.998.800,00**

e. Plat Dairy and prepacked

Ukuran 11,235m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $11,235\text{m}^2 \times \text{Rp}.30.000,00 = \text{Rp}.337.050,00$   
 $11,235\text{m}^2 \times \text{Rp}.20.000,00 = \text{Rp}.224.700,00$
- Ongkos cat duco : Rp.300.000,00
- Letter timbul Rp.20.000,00 per huruf  
 $15 \text{ huruf} \times 20.000 = \text{Rp}.300.000,00$

- **Total biaya : 337.050 + 224.700 + 300.000 + 300.000 =  
Rp.1.161.750,00**

f. Plat Fruits and Vegetables

Ukuran 12,75m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $12,75\text{m}^2 \times \text{Rp.30.000,00} = \text{Rp.383.500,00}$   
 $12,75\text{m}^2 \times \text{Rp.20.000,00} = \text{Rp.255.000,00}$
- Ongkos cat duco : Rp.300.000,00
- Letter timbul Rp.20.000,00 per huruf  
 $17 \text{ huruf} \times 20.000 = \text{Rp.340.000,00}$
- **Total biaya : 383.500 + 255.000 + 300.000 + 340.000 =  
Rp.1.277.500,00**

g. Papan nama Selatan

Ukuran 100m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>
- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
 $100\text{m}^2 \times \text{Rp.30.000,00} = \text{Rp.3.000.000,00}$   
 $100\text{m}^2 \times \text{Rp.20.000,00} = \text{Rp.2.000.000,00}$
- Ongkos cat duco : Rp.1.000.000,00
- Biaya Neon sign : Rp.3.000.000,00 + lampu
- **Total biaya : 3.000.000 + 2.000.000 + 1.000.000 + 3.000.000  
= Rp.9.000.000,00**

h. Sticker Refrigerator daging dan ikan

Ukuran 600mm x 150mm

- Biaya Sticker printing Rp.250.000,00 per meter<sup>2</sup>  
 Sama dengan 6 sticker per meter<sup>2</sup>, harga satuan sticker  
 Rp.41.660,00
- Biaya sticker daging : 12 lembar x 41.660 = Rp.499.920,00
- Biaya sticker ikan : 6 lembar x 41.660 = Rp.249.960,00

- **Total biaya : 499.920 + 249.960 = Rp.749.880,00**

i. Acrylic atas rak 1

Ukuran 7,3m x 1m

- Biaya sablon 8 warna x Rp.200.000 per warna =  
Rp.1.600.000,00

- Biaya acrylic Rp.400.000,00 per lembar  
2sisi x 200.000 = Rp.400.000,00

- Total biaya :

**Harga satuan Rp.2.000.000,00 x 6 lembar =  
Rp.12.000.000,00**

j. Acrylic atas rak 2

- Biaya sablon 8 warna x Rp.150.000 per warna =  
Rp.1.200.000,00

- Biaya acrylic Rp.400.000,00 per lembar  
2sisi x 175.000 = Rp.350.000,00

- Total biaya :

**Harga satuan Rp.1.550.000,00 x 5 lembar = Rp.7.750.000,00**

k. Papan roti

Ukuran bidang cat 4,272m<sup>2</sup>

- Ongkos tukang cat Rp.30.000,00 per meter<sup>2</sup>

- Ongkos Tukang gambar Rp.20.000,00 per meter<sup>2</sup>

- Cat Dulux pearl glow Rp.25.000,00 per meter<sup>2</sup>  
4,272m<sup>2</sup> x Rp.25.000,00 = Rp.106.800,00

- Ongkos tukang cat + tukang gambar :  
4,272m<sup>2</sup> x Rp.30.000,00 = Rp.128.160,00  
4,272m<sup>2</sup> x Rp.20.000,00 = Rp.85.440,00

- Plamir per meter<sup>2</sup> Rp.15.000,00  
4,272m<sup>2</sup> x Rp.15.000,00 = Rp.64.000,00

- Papan gypsum : 2 lembar x Rp.40.000,00 per lembar =  
Rp.80.000,00

- **Total biaya : 106.800 + 128.160 + 85.440 + 64.000 + 80.000  
= Rp.464.400,00**

**Total biaya keseluruhan**

| No. | Jenis produk                       | biaya             |
|-----|------------------------------------|-------------------|
| 1   | Letterhead / kertas surat          | Rp. 1.022.370,00  |
| 2   | Envelope / amplop                  | Rp. 1.295.000,00  |
| 3   | Name card /kartu nama              | Rp. 1.394.400,00  |
| 4   | Signage arrow / papan penunjuk     | Rp. 6.400.000,00  |
| 5   | Chasier signage / papan kasir      | Rp. 4.080.000,00  |
| 6   | Mobil                              | Rp. 612.500,00    |
| 7   | Baju kaos                          | Rp. 8.750.000,00  |
| 8   | Topi                               | Rp. 6.500.000,00  |
| 9   | Sticker                            | Rp. 3.500.000,00  |
| 10  | Mug                                | Rp. 1.500.000,00  |
| 11  | Billboard 1                        | Rp. 78.350.000,00 |
| 12  | Billboard 2                        | Rp. 74.187.500,00 |
| 13  | Brosur                             | Rp. 2.876.000,00  |
| 14  | Poster                             | Rp. 2.387.096,00  |
| 15  | Promotion postcard                 | Rp. 1.791.500,00  |
| 16  | Flag Chain                         | Rp. 994.500,00    |
| 17  | Hanging Mobile                     | Rp. 912.500,00    |
| 18  | Iklan koran                        | Rp.294.840.000,00 |
| 19  | Dinding langit-langit              | Rp. 49.205.700,00 |
| 20  | Dinding Barat                      | Rp. 828.000,00    |
| 21  | Dinding Utara                      | Rp. 3.750.800,00  |
| 22  | Dinding Utara + Timur              | Rp. 2.998.800,00  |
| 23  | Plat Dairy & prepacked             | Rp. 1.161.750,00  |
| 24  | Plat Fruits and vegetables         | Rp. 1.277.500,00  |
| 25  | Papan nama Selatan                 | Rp. 9.000.000,00  |
| 26  | Sticker Refrigerator daging + ikan | Rp. 749.880,00    |
| 27  | Acrylic atas rak 1                 | Rp. 12.000.000,00 |
| 28  | Acrylic atas rak 2                 | Rp. 7.750.000,00  |
| 29  | Papan roti                         | Rp. 464.400,00    |

|    |                    |                          |
|----|--------------------|--------------------------|
| 30 | Biaya tak terduga  | Rp. 20.000.000,00        |
|    | <b>Total biaya</b> | <b>Rp.600.580.196,00</b> |