

**MASALAH SOSIAL SEBAGAI INSPIRASI
PERANCANGAN ILUSTRASI
PRODUK T SHIRT DISTRO ZEROUN REVOLT
KUDUS JAWA TENGAH**

TUGAS AKHIR KARYA SENI

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi sebagai Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Seni Rupa



Oleh

Akmal Abdurrahman
NIM 09206244019

**PROGAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul *Masalah Sosial Sebagai Inspirasi Perancangan Ilustrasi Produk T Shirt Distro Zeroun Revolt Kudus Jawa Tengah* ini, telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan



Yogyakarta, Oktober 2014

Pembimbing,

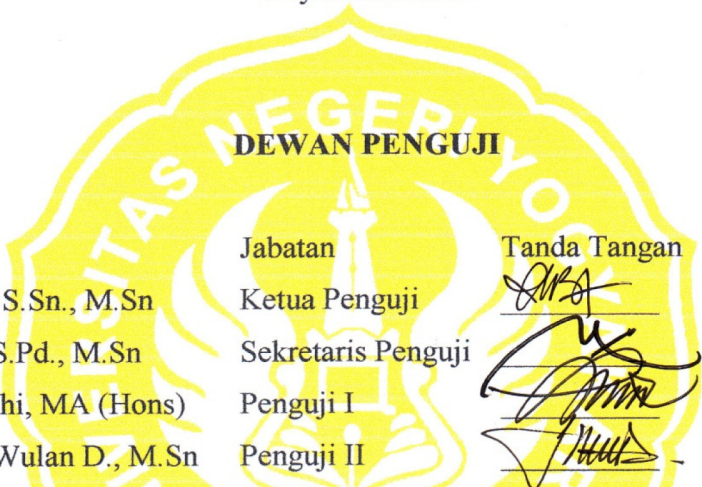
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Kuncoro Wulan Dewojati', is written over a horizontal line.

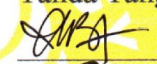

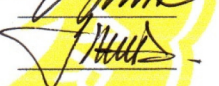
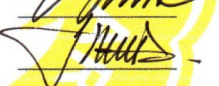
Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M. Sn.

NIP. 19660320 199412 1 001

PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul *Masalah Sosial Sebagai Inspirasi Perancangan Ilustrasi Produk T Shirt Distro Zeroun Revolt Kudus Jawa Tengah* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 11 November 2014 dan dinyatakan lulus.



Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dwi Retno Sri A, S.Sn., M.Sn	Ketua Penguji		11 November 2014
Arsianti Latifah, S.Pd., M.Sn	Sekretaris Penguji		11 November 2014
Drs. Hajar Pamadhi, MA (Hons)	Penguji I		11 November 2014
Drs. R. Kuncoro Wulan D., M.Sn	Penguji II		11 November 2014

Yogyakarta, Desember 2014
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,




Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.
NIP. 19550505 198011-1-001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

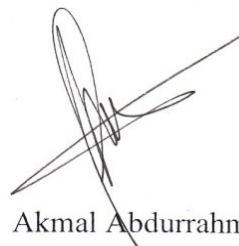
Nama : Akmal Abdurrahman
NIM : 09206244019
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Seni ini adalah hasil karya saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya, Tugas Akhir Karya Seni ini tidak berisikan materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 29 Oktober 2014

Penulis,



Akmal Abdurrahman

MOTTO

Lebih baik terlambat daripada tidak sama sekali

PERSEMBAHAN

Aku persembahkan karya ini untuk

Ibuku Solichah

Almarhum Hasyim Aziz

Keluarga besar Abdul Aziz

Veronicha

Dan teman-temanku semua

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, dan inayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih kepada pembimbing, yaitu Drs. R. Kuncoro W Dewojati, M.Sn. yang penuh kesabaran, kearifan, dan kebijaksanaan telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tiada henti-hentinya disela-sela kesibukannya, Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Drs. Mardiyatmo, M.Pd yang telah memberikan kesempatan bagi saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni

Terima kasih juga saya ucapkan kepada Ibu saya, Solichah Aziz yang senantiasa memberikan dukungan dan cinta kasih tiada tara. Terima kasih saya sampaikan pula kepada adik-adik saya Banin Naelil Faiqoh dan Citra Choirunnisa. Terima kasih saya sampaikan pula kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Seni Rupa yang telah membekali saya ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat. Terima kasih pada semua teman-teman kos juga semua teman-teman di lingkungan Jurusan Pendidikan seni Rupa FBS UNY yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan semangat, serta pihak lain yang tak dapat saya sebut satu persatu.

Yogyakarta, September 2014

Penulis,

Akmal Abdurrahman

DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Perancangan	5
F. Manfaat.....	5
BAB II KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN	7
A. Kajian Teori	7
1. Desain Komunikasi Visual	7
2. Ilustrasi (<i>Illustration</i>).....	14
3. Warna.....	18
4. Media Promosi	21
5. <i>T-Shirt</i>	23
6. Kritik Sosial	23
7. Zeroun Revolt.....	31
B. Metode Perancangan	33

1. Metode Pengumpulan Data.....	33
2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3. Alat dan Instrumen	34
4. Analisis Data	34
5. Konsep Media	35
6. Estimasi Biaya.....	37
BAB III KONSEP DESAIN DAN VISUALISASI DESAIN	40
A. Konsep Desain	40
1. Tujuan Kreatif	40
2. Strategi Kreatif	40
3. Standar visual	41
B. Visualisasi Desain	43
1. Perancangan Media Utama	43
a. Ilustrsi Kritik Sosial.....	43
1) Tahap Pertama (Sket Kasar)	44
2) Tahap Kedua (Proses <i>Inking</i>)	50
3) Tahap Ketiga (Proses <i>Coloring</i>)	57
b. Desain <i>T-Shirt</i>	64
1) Layout Gagasan (<i>Idea Layout</i>)	64
2) Layout Kasar (<i>Rough Layout</i>)	66
3) Layout Lengkap (<i>Comprehensive Layout</i>)	68
2. Perancangan Media Pendukung	92
1) Layout Gagasan (<i>Idea Layout</i>)	92
2) Layout Kasar (<i>Rough Layout</i>)	93
3) Layout Lengkap (<i>Comprehensive Layout</i>)	93
3. Perancangan Media Promosi.....	95
a. Poster	95
b. <i>Web Banner</i>	98
c. Brosur.....	102
d. <i>Sticker</i>	106
BAB IV PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Halaman

Table 1 : Kekuatan Warna dan Pengaruhnya terhadap Psikologi	19
Table 2 : Estimasi Biaya Media Utama dan Pendukung.....	37
Tabel 3 : Estimasi Biaya Total produksi.....	37
Tabel 4 : Estimasi Biaya Media Promosi.....	38
Tabel 5 : <i>Schedule</i> Produksi Desain Zeroun Revolt	38

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1 : Warna.....	18
Gambar 2 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Perang</i>	44
Gambar 3 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Tawuran</i>	45
Gambar 4 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Hutan</i>	45
Gambar 5 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Mangrove</i>	46
Gambar 6 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Harimau Sumatera</i>	46
Gambar 7 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Orang Utan Sumatera</i>	47
Gambar 8 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Hiu</i>	47
Gambar 9 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Korupsi</i>	48
Gambar 10 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Hukum</i>	48
Gambar 11 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Bencana Banjir</i>	49
Gambar 12 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Global Warming</i>	49
Gambar 13 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial <i>Tayangan Televisi</i>	50
Gambar 14 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Perang</i>	51
Gambar 15 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Tawuran</i>	51
Gambar 16 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Hutan</i>	52
Gambar 17 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Mangrove</i>	52
Gambar 18 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Harimau Sumatera</i>	53
Gambar 19 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Orang Utan Sumatera</i>	53
Gambar 20 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Hiu</i>	54
Gambar 21 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Korupsi</i>	54
Gambar 22 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Hukum</i>	55
Gambar 23 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Bencana Banjir</i>	55
Gambar 24 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Global Warming</i>	56

Gambar 25 : Hasil <i>Inking</i> Desain Kritik Sosial <i>Tayangan Televisi</i>	56
Gambar 26 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Tayangan Perang</i>	58
Gambar 27 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Tawuran</i>	58
Gambar 28 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Hutan</i>	59
Gambar 29 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Mangrove</i>	59
Gambar 30 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Harimau Sumatera</i>	60
Gambar 31 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Orang Utan Sumatera</i> ..	60
Gambar 32 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Hiu</i>	61
Gambar 33 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Korupsi</i>	61
Gambar 34 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Hukum</i>	62
Gambar 35 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Bencana Banjir</i>	62
Gambar 36 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Global Warming</i>	63
Gambar 37 : Hasil <i>Finishing</i> Desain Kritik Sosial <i>Tayangan Televisi</i>	63
Gambar 38 : <i>Layout</i> Gagasan <i>T-Shirt I</i>	64
Gambar 39 : <i>Layout</i> Gagasan <i>T-Shirt II</i>	64
Gambar 40 : <i>Layout</i> Gagasan <i>T-Shirt III</i>	65
Gambar 41 : <i>Layout</i> Kasar <i>T-Shirt I</i>	66
Gambar 42 : <i>Layout</i> Kasar <i>T-Shirt II</i>	67
Gambar 43 : <i>Layout</i> Kasar <i>T-Shirt III</i>	67
Gambar 44 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Perang.....	68
Gambar 45 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Generasi Muda	70
Gambar 46 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Hutan	72
Gambar 47 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah <i>Mangrove</i>	74
Gambar 48 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Harimau Sumatera.....	76
Gambar 49 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Orang Utan Sumatera	78
Gambar 50 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Hiu.....	80
Gambar 51 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Korupsi	82

Gambar 52 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Hukum	84
Gambar 53 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Bencana Alam Banjir	86
Gambar 54 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah <i>Global Warming</i>	88
Gambar 55 : <i>T-Shirt</i> Kritik Sosial Masalah Tayangan Televisi	90
Gambar 56 : <i>Layout</i> Gagasan desain <i>Packaging</i>	92
Gambar 57 : <i>Layout</i> kasar desain <i>Packaging</i>	93
Gambar 58 : <i>Layout</i> Lengkap Desain <i>Packaging</i>	93
Gambar 59 : <i>Layout</i> Lengkap <i>Packaging</i>	94
Gambar 60 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain Poster I.....	95
Gambar 61 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain Poster II	96
Gambar 62 : <i>Layout</i> Kasar Desain Poster	96
Gambar 63 : <i>Layout</i> Lengkap Desain Poster.....	97
Gambar 64 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain <i>Web Banner</i> I	98
Gambar 65 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain <i>Web Banner</i> II.....	98
Gambar 66 : <i>Layout</i> Kasar Desain <i>Web Banner</i>	99
Gambar 67 : <i>Layout</i> lengkap Desain <i>Web Banner</i>	100
Gambar 68 : <i>Layout</i> lengkap Desain <i>Web Banner</i>	100
Gambar 69 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain Brosur I.....	102
Gambar 70 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain Brosur II.....	102
Gambar 71 : <i>Layout</i> Kasar Desain Brosur	103
Gambar 72 : <i>Layout</i> Kasar Desain Brosur Tampak Depan.....	104
Gambar 73 : <i>Layout</i> Kasar Desain Brosur Tampak Belakang	104
Gambar 74 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain <i>Sticker</i> I.....	106
Gambar 75 : <i>Layout</i> Gagasan Alternatif Desain <i>Sticker</i> I.....	106
Gambar 76 : <i>Layout</i> Kasar Desain <i>Sticker</i>	107
Gambar 77 : <i>Layout</i> Lengkap Desain <i>Sticker</i>	107

MASALAH SOSIAL SEBAGAI INSPIRASI
PERANCANGAN ILUSTRASI
PRODUK T SHIRT DISTRO ZEROUN REVOLT
KUDUS JAWA TENGAH

Oleh Akmal Abdurrahman

NIM 09206244019

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan sebagai media sosialisasi tentang masalah sosial yang marak terjadi di masyarakat, dengan mengaplikasikan pada desain *T-Shirt* beserta media pendukung dan media promosi yang efektif, efisien, kreatif dan komunikatif.

Proses perancangan visual desain *T-Shirt* ini melalui tahap pengumpulan data, analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan tahap visualisasi desain. Perancangan desain *T-Shirt* diawali dengan sketsa pada kertas kemudian proses *inking* dengan *drawing pen* selanjutnya tahap *finishing* dengan komputer grafis dengan menggunakan *software adobe photoshop CS5*. Visual desain *T-Shirt* yang disajikan meliputi *headline*, *subheadline*, *bodycopy*, ilustrasi dan logo. Visual desain *T-Shirt* yang dirancang bergaya kartun dengan penggunaan warna hitam dan putih, untuk beberapa desain ada yang dipadukan dengan warna krem dan merah, diharapkan desain yang dirancang dapat memenuhi kriteria selera konsumen umur 15-20 tahun sebagai target utama. Instrumen yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan *sket book*, pensil, *drawing pen*, *scanner*, dan komputer grafis.

Media utama yang dihasilkan adalah berupa 12 buah *T-Shirt* dengan 12 desain ilustrasi tema kritik sosial, beserta kemasan/*packaging* sebagai media pendukung yang dibuat dengan bentuk tabung sehingga tampak unik dan menjadi daya tarik tersendiri. Media promosi yang dirancang sebagai sarana promosi *T-Shirt* antara lain berupa poster, *web banner*, brosur dan *sticker*. Semua media yang dirancang selanjutnya dimasukkan pada perusahaan Zeroun Revolt sebagai perusahaan yang memproduksi *T-Shirt* ini.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Masalah sosial muncul akibat terjadinya perbedaan yang mencolok antara nilai dalam masyarakat dengan realita yang ada. Diantara yang dapat menjadi sumber masalah sosial yaitu seperti proses sosial dan bencana alam. Adanya masalah sosial dalam masyarakat ditetapkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan khusus seperti tokoh masyarakat, pemerintah, organisasi sosial, musyawarah masyarakat, dan lain sebagainya.

Masalah sosial merupakan akibat interaksi sosial antar individu, antara individu dengan kelompok, atau antar kelompok yang berkisar pada ukuran adat istiadat, tradisi, dan ideologi, yang ditandai dengan suatu proses sosial yang disosiatif (mengarah pada konflik).

Untuk itulah diperlukan adanya suatu pengendalian sosial, yaitu upaya untuk mewujudkan kondisi seimbang dalam masyarakat. Kondisi seimbang terjadi jika ada keserasian antara perubahan dan stabilitas yang ada di masyarakat.

Salah satu cara pengendalian sosial adalah dengan kritik sosial. Kritik sosial terdiri dari dua istilah yakni dari kata “kritik“ dan “sosial“, kritik berarti kecaman atau tanggapan, kadang-kadang disertai uraian dan

pertimbangan baik buruk suatu hasil karya, pendapat dan sebagainya, sedangkan sosial memiliki arti berteman, bersama, berserikat, bermaksud untuk mengerti kejadian-kejadian dalam masyarakat yaitu persekutuan manusia untuk dapat berusaha mendatangkan perbaikan dalam kehidupan bersama.

Kritik sosial adalah salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan atau berfungsi sebagai kontrol terhadap jalannya sebuah sistem sosial atau proses bermasyarakat.

Dalam kehidupan bersama terdapat ilmu masyarakat atau ilmu kemasyarakatan yang mempelajari manusia sebagai anggota golongan atau masyarakat (tidak sebagai individu yang terlepas dari golongan dan masyarakat) dengan ikatan adat, kebiasaan, kepercayaan atau agamanya, tingkah laku serta keseniannya atau yang disebut sebagai kebudayaan yang meliputi segala segi kehidupannya, istilah ini sering juga disebut sebagai sosiologi.

Sifat sosial dulunya hanya terkenal sebagai sifat perseorangan namun sifat sosial sekarang berkembang lebih sebagai sifat golongan dalam usaha untuk kepentingan masyarakat atas jalan kebenaran. Namun usaha untuk kepentingan masyarakat atas jalan kebenaran itu, sering kali terhalangi oleh pertikaian, pertikaian yang muncul karena adanya persaingan, baik pertikaian yang sifatnya antar individu maupun pertikaian yang bersifat kelompok atau pertikaian yang muncul karena adanya

perbedaan emosi antara orang-orang dalam suatu proses interaksi sosial dan perbedaan emosi boleh jadi timbul karena adanya kepentingan sosial.

Kritik sosial perlu dilakukan untuk mengendalikan masalah sosial atau digunakan sebagai tindakan teguran dan peringatan, kritik sosial bisa dilakukan dengan berbagai tindakan. Salah satu upaya untuk menyampaikan kritik sosial adalah dengan merancang sebuah media kreatif sebagai alat penyampaian kritik sosial kepada masyarakat. Media yang dipilih sebagai salah satu sarana sosialisasi adalah adalah *T-Shirt*. Kenyataan yang bisa kita lihat saat ini adalah berkembangnya tren *fashion* khususnya *T-Shirt*. Ditinjau dari segi desain gambar yang beredar dipasaran saat ini sangat beragam salah satu yang bergerak di bidang produksi *T-Shirt* adalah Zeroun Revolt, Kudus Jawa Tengah.

Zeroun Revolt disini merupakan salah satu perusahaan rumahan yang memproduksi *T-Shirt* dengan desain tema kritik sosial. Beberapa desain yang bertema kritik sosial diantaranya mengangkat tema korupsi, hukum, bencana alam dan kerusakan lingkungan hidup. Pemasaran Zeroun Revolt juga sudah menyebar di berbagai daerah karena konsumen yang berminat bukan hanya di wilayah Kudus tetapi berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Melihat hal tersebut, ada peluang untuk merancang ilustrasi desain produk *T-Shirt* dengan tema kritik sosial.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat dididentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Merancang konsep ilustrasi desain *T-Shirt* kritik sosial sebagai media sosialisasi dan konservasi.
2. Merancang ilustrasi visual desain *T-Shirt* kritik sosial sebagai media sosialisasi.

C. Batasan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, permasalahan dalam perancangan ini dibatasi pada perancangan visual dasain *T-Shirt* kritik sosial beserta media pendukung dan media promosinya.

D. Rumusan masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah konsep perancangan visual desain *T-Shirt* kritik sosial beserta media pendukung dan media promosi yang efektif, efisien, kreatif dan komunikatif ?
- b. Bagaimanakah visualisasi perancangan visual desain *T-Shirt* kritik sosial beserta media pendukung dan media promosi yang efektif, efisien, kreatif dan komunikatif ?

E. Tujuan perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan konsep dan visualisasi desain *T-Shirt* kritik sosial dan media pendukung sebagai media promosi yang efektif, efisien, kreatif dan komunikatif.

F. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang baik yaitu sebagai berikut :

1. Bagi penulis

- a. Mampu mengevaluasi permasalahan secara obyektif.
- b. Mampu menganalisa dan mengumpulkan data tentang kritik sosial serta dapat memberikan pemecahan dalam bentuk konsep dan mewujudkannya dalam perancangan komunikasi visual.

2. Universitas Negri Yogyakarta

- a. Memberikan sumbangan kepada jurusan Pendidikan Seni Rupa Universitas Negri Yogyakarta mengenai perancangan desain *T-Shirt* tema kritik sosial.
- b. Memberikan referensi mengenai tugas akhir dibidang perancangan desain *T-Shirt*.

3. Zeroun Revolt

- a. Memperkuat Zeroun Revolt sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi *T-Shirt* dengan tema kritik sosial.

- b. Menarik konsumen untuk membeli *T-Shirt* yang diproduksi Zeroun
Revolt.
- c. Memberikan sumbangan desain *T-Shirt* tema kritik sosial.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN

A. Kajian Teori

1. Desain Komunikasi Visual

a. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Menurut definisinya, desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta *layout*, tata letak atau perwajahan (Kusrianto, 2009:2).

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen *grafis* yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna komposisi dan *layout* (Tinarbuko, 2009:24).

Pembuatan desain pada zaman sekarang menggunakan bantuan teknologi komputer dengan berbagai macam *software* yang ada di komputer yang bisa membantu mengolah gambar, mengedit foto dan membuat tulisan. *Software* yang lazim digunakan adalah *adobe photoshop* dan *corel draw*.

b. Elemen - Elemen Desain

Ada beberapa elemen-elemen desain yang perlu diketahui dalam Desain Komunikasi Visual.

Menurut Supriyono (2010:57), elemen – elemen dalam desain adalah sebagai berikut :

1) Garis

Adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi, garis adalah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lain sehingga bisa berbentuk gambar garis lengkung atau lurus .

2) Bidang

Adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak, lingkaran, dan segitiga .

3) Warna

Warna adalah unsur dari desain yang penting, dengan warna objek menjadi lebih hidup, lebih bermakna, dan dengan warna dapat diperoleh gelap terang, bervolume serta bertekstur.

4) Gelap – Terang

Adalah salah satu cara untuk menciptakan kemudahan baca dalam sebuah desain dengan menyusun unsur – unsur visual secara kontras gelap terang, kontrasnya bersifat relatif sangat dipengaruhi oleh *background* dan elemen lain disekitarnya.

5) Tekstur

Adalah tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Dalam prakteknya, tekstur sering dikategorikan sebagai corak atau tampilan dari suatu permukaan benda yang terlihat, misalnya permukaan karpet, baju, kulit kayu, dan lain sebagainya.

6) Ukuran

Adalah unsur yang menentukan besar kecilnya objek, ukuran ada luas, panjang, tinggi dan lebar. Ukuran yang tepat akan menjadikan desain enak untuk dilihat.

c. Prinsip – Prinsip Desain

Ada beberapa prinsip dalam desain komunikasi visual, adapun prinsip dasar dalam desain grafis menurut Supriyono (2010:87), adalah sebagai berikut :

1) Keseimbangan (*balance*)

Adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan *balance* atau seimbang apabila objek dibagian kiri dan kanan terkesan sama berat.

2) Tekanan (*emphasis*)

Tekanan disini digunakan untuk menyampaikan informasi yang paling penting untuk disampaikan ke audien dengan ditonjolkan secara mencolok melalui elemen visual yang kuat. Penekanan biasanya dilakukan dengan

menggunakan warna yang mencolok, ukuran foto atau ilustrasi dibuat paling besar, menggunakan huruf *sans serif* ukuran besar, arah diagonal, dan dibuat berbeda dengan elemen yang lain. Informasi yang paling penting ini harus pertama kali merebut perhatian pembaca.

3) Irama (*rhythm*)

Irama adalah pola *layout* yang dibuat dengan cara menyusun elemen – elemen visual secara berulang – ulang. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi adalah irama yang dibuat dengan penyusunan elemen berulang kali secara konsisten. Sedangkan variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi.

4) Kesatuan (*unity*)

Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur- unsur desain lainnya.

d. Unsur – Unsur Desain

Diantara beberapa unsur yang ada dalam desain komunikasi visual antara lain sebagai berikut :

1) Tipografi

Adalah cara memilih dan mengelola huruf dalam sebuah teks yang terkait dengan gaya atau model huruf cetak (Supriyono, 2010:19).

Menurut Kusrianto (2009:190) Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak.

Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengolahannya akan sangat menentukan keberhasilan desain komunikasi visual. Dibaca atau tidaknya pesan tergantung pada penggunaan huruf dan cara penyusunannya.

Dalam memilih dan mengelola huruf juga harus tahu gaya atau *style*.

Menurut Supriyono (2010:25) ada tujuh gaya atau *style*, yaitu:

a) Huruf klasik (*classical type faces*)

Huruf yang memiliki kait (*serif*) lengkung dan tebal tipis yang kontras ini juga disebut *Old Style Roman*, banyak digunakan untuk desain-desain media cetak. Digunakan untuk teks karena memiliki kemudahan baca cukup tinggi.

b) Huruf transisi (*transitional*)

Hampir sama dengan *Old Style Roman*, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki sedikit perbedaan tebal tipis pada tubuh huruf (garis vertical tebal).

c) Huruf kontras (*Modern Roman*)

Huruf ini jarang digunakan untuk teks karena ketebalan huruf sangat kontras, bagian yang vertical tebal, garis horizontal dan serifnya sangat tipis sehingga untuk ukuran teks kecil sulit dibaca.

d) Huruf tak berkait (*Sans Serif*)

Disebut *San Serif* karena tidak memiliki serif atau kait dan kaki. Salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebal. Huruf ini kurang tepat digunakan untuk teks, namun efektif untuk penulisan judul atau teks yang pendek.

e) Huruf berkait balok (*Egyptian slab serif*)

Huruf *Egyptian* memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan tubuh huruf sehingga terkesan elegan, jantan, dan kaku.

f) Huruf tulis (*script*)

Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand-writing*), sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks panjang.

g) Huruf hiasan (*decorative*)

Huruf dekoratif bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat digunakan untuk teks panjang. Huruf ini cocok digunakan untuk judul yang pendek.

Susunan dari huruf-huruf disebut juga teks, teks yang menjelaskan informasi pada suatu desain komunikasi visual terdiri dari *headline*, *subheadline*, *body copy*, *logo*, berikut penjelasannya :

a) *Headline* (Judul)

Kepala tulisan atau judul, merupakan pesan verbal yang paling ditonjolkan dan diharapkan dibaca pertama kali oleh target audien.

Posisinya bisa di mana saja, tidak selalu di bagian atas meskipun disebut *head* (kepala), Supriyono (2010:131).

b) *Subheadline* (Subjudul)

Subheadline atau sub judul merupakan penjelas *headline*. Letaknya bisa di bawah maupun di atas *headline* (disebut juga *overline*). Biasanya mencerminkan materi dalam teks. Tidak semua desain mengandung *subheadline*, tergantung konsep kreatif yang digunakan. Di bagian lain, subjudul juga disebut sebagai kalimat peralihan yang mengarahkan pembaca dari judul ke naskah/ *body copy*. Pujiriyanto (2005: 38).

c) *Body Copy* (Naskah)

Menurut Supriyono (2010: 132), *body copy* diartikan sebagai pengurai informasi suatu produk secara detail sehingga diharapkan dapat membujuk dan memprovokasi pembaca untuk membeli produk yang diiklankan. Panjang pendeknya *body copy* tergantung kebutuhan dan kondisi ruang (ukuran) iklan.

d) Logo

Logo adalah tanda pengenal dari perusahaan atau instansi atau sebuah produk, yang dibuat secara singkat , sederhana dan komunikatif . logo adalah salah satu unsur yang memberi bobot dalam sebuah desain. Selain memuat ciri khas *brand* tertentu, logo juga menjadi penarik perhatian audien, terutama yang mencari prestis lewat merk tersebut.

2) Ilustrasi (*Illustration*)

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atau suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2009:110).

Pengertian ilustrasi menurut Supriyono (2010 :50) adalah ilustrasi tidak terbatas pada gambar dan foto. Ilustrasi bisa berupa garis, bidang, dan bahkan susunan huruf bisa disebut ilustrasi.

Adapun fungsi ilustrasi menurut Kusrianto (2009:111), adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan gambaran tokoh atau karakter dalam cerita.
- 2) Menampilkan beberapa contoh item yang diterangkan dalam suatu buku pelajaran.
- 3) Memvisualisasikan langkah-langkah dalam sebuah instruksi dalam panduan teknik.
- 4) Atau sekedar membuat pembaca tersenyum atau tertawa.

Selanjutnya Supriyono (2010:52) juga menjelaskan fungsi ilustrasi adalah untuk memperjelas teks dan sekaligus sebagai daya tarik. Tujuan ditambahkan ilustrasi adalah sebagai berikut:

- 1) Menangkap perhatian pembaca.
- 2) Menjelaskan isi yang terkandung dalam teks.
- 3) Menunjukkan identitas perusahaan.
- 4) Menunjukkan produk yang ditawarkan.
- 5) Meyakinkan pembaca terhadap informasi yang disampaikan melalui teks.

- 6) Membuat pembaca tertarik untuk membaca judul.
- 7) Menonjolkan keunikan produk.
- 8) Menciptakan kesan mendalam terhadap produk atau pengiklan.

Ilustrasi umumnya dipakai di berbagai macam produk menurut jenisnya, beberapa contoh ilustrasi menurut Sachari,dkk (2002:105) sebagai berikut:

a) Ilustrasi Cerita

Adalah ilustrasi gambar yang menyertai cerita pendek, novel, buku cerita anak, buku kumpulan puisi, majalah dan sebagainya.

b) Ilustrasi Promosi

Adalah gambar yang menyertai tayangan iklan, poster, *billboard*, *leaflet*, brosur, atau media promosi lain.

c) Ilustrasi Citra

Adalah gambar yang menyertai kemasan, label, kalender, agenda, atau logo perusahaan.

d) Ilustrasi Naskah Ilmiah

Adalah gambar yang menyertai buku pelajaran, peraga ilmiah, pameran ilmu atau majalah ilmiah.

e) Ilustrasi Benda Layanan

Adalah gambar yang menyertai alat pembayaran, uang, perangko, surat berharga, kuitansi, dan ijazah.

f) Ilustrasi Produk Tekstil

Adalah gambar yang ada di produk pakaian seperti *t-shirt banner*, spanduk.

g) Ilustrasi Editorial

Adalah gambar yang melengkapi suatu berita, opini, informasi surat kabar, tabloid dan majalah.

h) Ilustrasi Rumah Produksi

Adalah gambar yang melengkapi film, animasi, iklan televisi dan situs internet.

Ilustrasi yang efektif umumnya memiliki kriteria sebagai berikut :

- 1) Komunikatif, informatif, dan mudah dipahami.
- 2) Menggugah perasaan dan hasrat.
- 3) Ide baru, orisinal, bukan plagiat atau meniru.
- 4) Mampu menyita perhatian yang melihatnya
- 5) Foto atau gambar memiliki kualitas baik (teknik pembuatan dan nilai seni)

Menurut Sachari,dkk (2002:96) dalam ilustrasi dikenal beberapa bentuk, diantaranya sebagai berikut :

a) Karikatur

Karikatur menurut Sachari,dkk (2002: 96) adalah bentuk cerita bergambar yang menyindir keadaan, baik politik maupun kehidupan sehari-hari, karikatur sering dibuat secara berlebihan (didramatisir) untuk menggugah pembaca.

Selanjutnya, Sachari,dkk (2002: 96) menjelaskan bahwa karikatur dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

- Karikatur politik

Adalah karikatur yang dibuat untuk menyindir kebijakan, perilaku, atau ucapan para tokoh politik atau tokoh pemerintah yang menjadi isu penting masyarakat.

- Karikatur sosial

Adalah karikatur yang dibuat untuk menyindir suatu situasi sosial tertentu, atau perilaku masyarakat tertentu, baik yang berupa gaya hidup atau perilaku unik dari masyarakat tersebut.

b) Komik

Komik menurut Sachari,dkk (2002:96) adalah cerita bergambar yang disusun berdasarkan urutan kejadian, jenis komik terbagi atas dua kelompok yaitu:

- Komik Strip

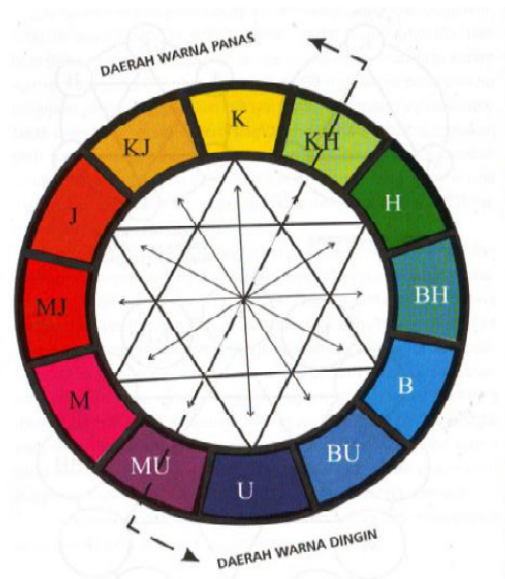
Yaitu cerita komik pendek yang biasanya cerita humor atau sindiran.

- Komik cerita

Komik dengan cerita yang panjang sering disebut cerita bergambar (cergam) dengan tema tertentu seperti silat, roman, perjuangan, kepahlawanan, atau bahkan cerita sehari-hari.

3) Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga memiliki kekuatan untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang perasaan.



Gambar 1 : Warna.
 Sumber: "Nirmana, Dasar-Dasar Seni dan Desain",
 Sadjiman (2009:36)

Menurut Kusrianto (2009:47), kekuatan di setiap unsur warna dan pengaruhnya terhadap psikologi seseorang adalah sebagai berikut:

Tabel 1. **Kekuatan Warna dan Pengaruhnya terhadap Psikologi**

Warna	Respon psikologis yang ditimbulkan
Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak,

	kecemburuan, pembaharuan
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran, kecurangan, pengecut, penghianat
Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan, bentuk, galak, arogan
Orange	Energi, keseimbangan, kehangatan
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan
Abu-abu	Intelek, <i>futuristic</i> , modis, kesenduan, merusak
Putih	Kemurnian, kesucian, bersih, kecermatan, <i>innocent</i> (tanpa dosa), steril, kematian
Hitam	Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan

Dalam dunia desain komunikasi visual selain pemahaman kekuatan warna, pengetahuan tipe warna dalam dunia komputer juga penting. Menurut Kusrianto (2009:49) ada dua tipe warna, yaitu:

1) *Additive color* (RGB)

Warna *Additive* dibuat bersumber pada sinar. Kombinasi antara tiga komponen warna, yaitu warna Merah, Hijau, dan Biru yang

dimaksimalkan (diberi intensitas yang maksimal) akan menghasilkan warna putih. Sebaliknya, jika tiga komponen tersebut dikombinasikan dan intensitasnya dikurangi hingga habis, maka akan dihasilkan warna hitam. Karena komponen warna terdiri dari *Red*, *Green*, dan *Blue* maka konsep tersebut dikenal dengan RGB.

2) *Subtractive color* (CMYK)

Warna *Subtractive* secara umum bias dikatakan sebagai warna yang dapat dilihat mata karena adanya pantulan cahaya. Dengan demikian, warna yang tertangkap oleh mata kita bukanlah merupakan sumber cahaya yang dipancarkan oleh permukaan benda berwarna itu.

4) **Media Promosi**

Media adalah sarana untuk menyampaikan informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar foto (Pujirianto, 2005:15)

Menurut Kusrianto (2007:330) bahan-bahan promosi memiliki bentuk yang beragam, diantaranya sebagai berikut :

a) Selebaran (*leaflet*)

Leaflet adalah lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih.

b) *Folder*

Folder adalah lembaran bahan cetakan yang dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar mudah dibawa.

c) Brosur (*booklet*)

Brosur adalah bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid hingga menyerupai buku.

d) Katalog

Katalog adalah sejenis brosur yang berisi rincian produk atau layanan usaha dan dilengkapi gambar-gambar.

e) Kartu Pos (*post card*)

Kartu pos adalah sebagai publitas yang bermanfaat, dengan menghadiahkan kartu pos yang menarik kepada para pelanggan atau konsumen.

f) Peralatan kantor (*stationary set*)

Stationary set antara lain berupa amplop, kop, surat, dan pulpen, yang ditempatkan dikamar hotel.

g) Sisipan (*stufler*)

Sisipan (*stufler*) adalah berupa *leaflet* yang disisipkan atau ditempatkan dalam kotak kemasan atau produk.

h) Gantungan (*hanging mobile*)

Hanging mobile adalah sebuah alat pajangan yang bergerak apabila terkena angin, penempatannya dengan cara digantungkan.

i) Pajangan (*wobler*)

Wobler adalah merupakan alat pajangan yang cara penempatannya ditempel pada dinding atau dirak penjualan menggunakan plastik mika atau sejenisnya.

j) Poster

Poster adalah gambar *full color* yang biasanya dipakai sebagai dekorasi ruangan dengan menempelkan di pintu atau jendela toko.

k) Tempelan (*sticker*)

Sticker adalah merupakan bahan promosi yang ditempel dimana saja dan sering digunakan oleh perusahaan - perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang fleksibel.

l) Model

Model lebih cenderung berfungsi sebagai hiasan atau pajangan berbentuk miniatur, biasa digunakan oleh biro - biro perjalanan atau penerbangan.

5) *T - Shirt*

T-Shirt atau kaos adalah pakaian sederhana dan ringan yang dipakai tubuh bagian atas, biasanya lengan pendek. Disebut *T-Shirt* karena bentuknya yang menyerupai huruf "T".

T-Shirt biasanya tanpa kancing dan kerah, dengan leher bulat dan lengan pendek. Busana ini dikenakan oleh semua kalangan dan semua umur baik pria maupun wanita. Menurut Jumanta (2004:6) kaos adalah simbol kenyamanan, kasual, dan gaya. Karena desainnya yang simple dan mirip huruf "T" di Amerika lebih dikenal dengan istilah *T-Shirt*. *T-Shirt* digunakan sebagai kata dalam bahasa Inggris Amerika, secara resmi setelah masuk kamus Merriam Webster tahun 1920.

Kaos atau *T-Shirt* merupakan suatu jenis media lini bawah yang dapat digunakan sebagai media periklanan.

Menurut Pujiriyanto (2005:28) *T-Shirt* adalah media komunikasi grafis yang dicetak diatas kain katun, bagian yang dicetak biasanya depan dan belakang, dan terkadang di sisi lengan.

6) Kritik Sosial

Kritik sosial disini terdiri dari dua istilah yakni dari kata “kritik“ dan kata “sosial“. Kritik dalam kamus besar Bahasa Indonesia edisi kedua di jelaskan bahwa kritik berarti kecaman atau tanggapan, kadang-kadang disertai uraian dan pertimbangan baik buruk suatu hasil karya, pendapat dan sebagainya. Sedangkan sosial memiliki arti berteman, bersama, berserikat, bermaksud untuk mengerti kejadian-kejadian dalam masyarakat yaitu persekutuan manusia, untuk dapat berusaha mendatangkan perbaikan dalam kehidupan bersama (Mas’oed, 1999:36).

Kritik sosial adalah salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan atau berfungsi sebagai kontrol terhadap jalannya sebuah sistem sosial atau proses bermasyarakat (Mas’oed, 1999:47).

Selanjutnya menurut Mas’oed (1999:48) kritik sosial juga dapat berarti *inovasi sosial*, yaitu kritik sosial menjadi sarana komunikasi gagasan-gagasan baru sembari menilai gagasan yang lama untuk suatu perubahan sosial.

Dalam penyampaiannya, menurut Mas'ood (1999:49) kritik sosial bisa disampaikan melalui berbagai media, mulai dari cara yang paling tradisional seperti ungkapan-ungkapan sindiran, melalui komunikasi antar personal dan sosial, melalui berbagai pertunjukan sosial dan kesenian dalam komunikasi publik, seni sastra dan media massa.

Masalah sosial muncul akibat terjadinya perbedaan yang mencolok antara nilai dalam masyarakat dengan realita yang ada. Diantara yang dapat menjadi sumber masalah sosial yaitu seperti proses sosial dan bencana alam.

Beberapa masalah sosial yang sering terjadi di masyarakat antara lain sebagai berikut :

a. Perang

Peperangan merupakan masalah sosial yang sulit dipecahkan sepanjang sejarah umat manusia.

Menurut Soerjono Soekanto (2012:327) peperangan merupakan suatu bentuk pertentangan dalam suatu lembaga kemasyarakatan, peperangan merupakan bentuk pertentangan yang setiap kali diakhiri dengan suatu akomodasi.

b. Masalah generasi muda

Menurut Soerjono Soekanto (2012:325) masalah generasi muda umumnya ditandai dengan dua ciri berlawanan, yakni keinginan untuk melawan (misalnya dalam bentuk radikalisme) dan sikap yang apatis

(misalnya penyesuaian yang membabi buta terhadap ukuran moral generasi tua).

Masa remaja dikatakan sebagai masa yang berbahaya karena pada periode itu, seseorang meninggalkan tahap kehidupan anak-anak menuju tahap kedewasaan yang masih mempunyai rasa ke kanak-kanakan yang manja dan ingin menang sendiri serta sikap melawan yang apabila tidak diarahkan akan melakukan perbuatan-perbuatan yang menyimpang.

Salah satu perbuatan yang menyimpang tersebut adalah tawuran yang biasa terjadi dikalangan pelajar. Sikap ingin menang sendiri dan ingin dianggap dan diakui kelompok lain mendorong seseorang untuk melakukan kejahatan dan menindas kelompok lain.

c. Masalah lingkungan hidup

Kerusakan lingkungan hidup di Indonesia semakin hari kian parah. Kondisi tersebut secara langsung telah mengancam kehidupan manusia. Tingkat kerusakan alam juga berpengaruh meningkatkan resiko bencana alam.

Masalah lingkungan hidup yang sering terjadi antara lain :

- Hutan

Hutan mempunyai kedudukan dan peranan yang penting dalam menunjang kekayaan bangsa dan negara. Hal ini disebabkan hutan dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kemakmuran dan kesejahteraan

rakyat. Agar manfaatnya dapat terus dinikmati maka hutan dan hasilnya perlu dijaga dan dipertahankan agar dapat berfungsi dengan baik.

Menurut Salim (2006:114) ada 5 faktor yang menyebabkan kerusakan hutan :

1. Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat.
2. Berkurangnya tanah pertanian yang mendorong untuk membuka lahan baru yang disertai keadaan sosial ekonomi masyarakat sekitar hutan.
3. Perladangan berpindah.
4. Sempitnya lapangan pekerjaan .
5. Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya fungsi hutan.

- *Mangrove*

Mangrove atau bakau adalah pohon atau perdu yang tumbuh dipantai diantara batas-batas permukaan air pasang tertinggi dan sedikit diatas rata-rata permukaan air laut (Salim, 2006:115).

Fungsi *mangrove* memiliki peranan penting dalam melindungi pantai dari gelombang angin dan badai, jika mangrove dirusak maka daratan di pantai lama-lama akan habis.

- Harimau Sumatera

Harimau Sumatera merupakan satu dari enam sub –spesies harimau yang masih bertahan hidup hingga saat ini dan termasuk dalam klasifikasi satwa kritis yang terancam punah. Jumlah populasinya dialam bebas hanya sekitar 400 ekor. Perburuan liar nampaknya menjadi faktor utama

penyebab berkurangnya spesies harimau sumatera. Sebagai predator utama dalam rantai makanan, harimau mempertahankan populasi mangsa liar liar yang ada dibawah pengendaliannya, sehingga keseimbangan antara mangsa dan vegetasi yang mereka makan dapat terjaga.

Murni, Desmarita. 2008. Harimau Sumatera. <http://www.savesumatra.org/index.php/species/detail/1>. Diunduh pada tanggal 14 September 2014.

- Orang utan Sumatera

Orang utan Sumatera adalah jenis orang utan yang paling terancam diantara dua spesies orang utan di Indonesia. Dibandingkan dengan saudaranya di Borneo, orang utan sumatera mempunyai perbedaan dalam hal fisik maupun perilaku. Spesies yang saat ini hanya bisa ditemukan di propinsi-propinsi bagian utara dan tengah Sumatera ini kehilangan habitat alaminya dengan cepat karena pembukaan hutan perkebunan dan pemukiman serta pembalakan liar.

Murni, Desmarita. 2008. Orang Utan Sumatera. <http://www.savesumatra.org/index.php/species/detai/4>. Diunduh pada tanggal 14 September 2014.

- Hiu

Hiu telah menjadi perhatian global dan diperdagangkan dalam berbagai bentuk tidak hanya sirip kering saja. Setidaknya 1.145.087 ton produk hiu diperdagangkan secara global tiap tahunnya. Padahal hiu adalah spesies yang populasinya terancam punah dan lambat reproduksinya. Melonjaknya

jumlah permintaan produk-produk hiu lainnya menyebabkan terjadinya penangkapan secara besar-besaran terhadap satwa ini.

Fajatudin, Atik Mohammad. 2013. Populasi Hiu Terancam Punah. <http://m.sindonews.com/read/806856/15/populasi-hiu-terancam-punah>. Diunduh pada tanggal 14 September 2014.

d. Korupsi

Korupsi adalah masalah sosial yang umumnya merugikan negara secara finansial. Banyaknya korupsi di suatu negara merupakan cerminan bobroknya kualitas manusia di negara tersebut.

Menurut Siahaan (2013:36) korupsi adalah suatu perbuatan melawan hukum atau menyalahgunakan kewenangan untuk memperkaya atau menguntungkan diri sendiri, orang lain atau korporasi yang berakibat perbuatannya dapat merugikan keuangan negara dan perekonomian negara.

e. Hukum

Hukum sangat diperlukan dalam kehidupan bersama dalam suatu negara untuk dijadikan pedoman dan menjaga ketertiban. Hukum bersifat adil dan tidak memihak.

Menurut Djamali (2011:68) hukum adalah suatu sistem, artinya suatu susunan atau tatanan teratur dari aturan-aturan hidup yang keseluruhannya terdiri dari bagian-bagian yang berkaitan satu sama lain.

f. Bencana banjir

Bencana alam banjir di adalah peristiwa yang terjadi ketika aliran air yang berlebihan merendam daratan. Di indonesia sendiri banjir merupakan

bencana tiap tahun yang pasti terjadi. Penyebab utamanya tidak lain adalah akibat ulah tangan manusia sendiri, salah satunya adalah meluapnya sungai karena tersumbatnya saluran air oleh sampah-sampah yang dibuang sembarangan di sungai, sampah tersebut lama-lama menumpuk dan menghambat aliran air yang akhirnya menyebabkan banjir.

Wikipedia. 2014. Banjir. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/banjir>. Diunduh 14 September 2014.

g. *Global warming*

Global warming atau pemanasan global memiliki banyak dampak buruk yang berbahaya. Bumi kita mengalami pemanasan secara berangsur-angsur, dan menyebabkan gunung-gunung es di kutub utara dan selatan mencair. Akibatnya ekosistem di kawasan itu akan terganggu dan bisa terancam punah (misalnya beruang kutub dan pinguin). Akibat selanjutnya terhadap permukaan laut yang meninggi. Di dunia ini banyak kawasan yang relatif rendah sehingga bisa terendam air laut bahkan bisa lenyap terendam air laut. Suhu bumi bisa meningkat drastis, timbul bahaya kebakaran hutan dan kekeringan yang merebak di semua benua. Lubang Ozon juga smakin melebar, hal ini berbahaya sekali karena sinar *ultra-violet* (UV) dari matahari tidak dapat tersaring dan dapat menyebabkan penyakit kangker dan ancaman kematian pada semua makhluk hidup.

Yahoo, Answer. 2009. Bahaya Global warming. <https://id.answer.yahoo.com/question/index?qid=20100831065423AAilf11>. Diunduh 14 September 2014.

h. Tayangan televisi

Banyak penelitian menyebutkan, terjadinya pergeseran perilaku akibat kehadiran teknologi televisi. Televisi tidak hanya mempercepat informasi melainkan mereduksi tata nilai masyarakat. Percepatan informasi yang disajikannya juga membawa perubahan besar. Maraknya tayangan bergenre kekerasan serata melanggar kesopanan dan kesusilaan sama artinya menjerumuskan anak pada masa depan yang suram. Jadi, tidak mengherankan banyak anak yang berperilakukasar dan melanggar norma kesopanan.

Fungsi televisi sejatinya ada tiga, yaitu hiburan, pendidikan, dan informasi. Namun, sangat disayangkan jika melihat tayangan televisi yang di dominasi tayangan hiburan dan tidak mendidik. Televisi swasta lebih mengutamakan sisi bisnis dan mementingkan rating siaran daripada sisi pendidikannya.

Harapan, Sinar. 2014. Bahaya Laten Siaran Tak Mendidik. <http://sinarharapan.co/news/read/32805/bahaya-laten-siaran-tak-mendidik>. Diunduh 14 September 2014.

7) Zeroun Revolt

Zeroun Revolt yang beralamat di Jl. Barongan Utara, No. 151, Kudus ini adalah adalah industri rumahan yang bergerak dalam produksi *T-shirt* yang didirikan oleh pria asal Kudus bernama Bayu Indar Pradibta pada tanggal 1 Juni 2013.

Zeroun Revolt adalah industri kreatif yang bergerak dalam bidang *fashion* khususnya *T-shirt*. *T-shirt* yang diproduksi adalah *T-shirt* dengan

desain yang bertemakan kritik sosial. Awalnya Bayu melihat kalau *T-shirt* dengan tema desain kritik sosial masih langka atau jarang dipakai, untuk itu dia berinisiatif untuk mengangkat tema tersebut sebagai tema desain dalam produksi *T-shirt* nya dengan harapan bahwa produknya akan laris di pasaran.

Usaha Bayu dalam memperkenalkan produknya lebih menargetkan untuk konsumen remaja. Promosinya dilakukan lewat berbagai *event* dan acara yang diikuti audien remaja seperti acara bazar distro, konser musik, *stand up comedy*, acara sosial juga diikuti guna memperkenalkan produknya seperti acara amal untuk korban bencana. Tidak sampai disitu saja Bayu juga menjalin kerjasama dengan distro *clothing* di berbagai daerah di Indonesia. Terbukti sekarang produk – produk *T-shirt* Zeroun Revolt miliknya telah merambah ke berbagai daerah, misal di Arterius Bali, Hellven Store Bontang, Flame Store Kendari, dan Labasa Distro Kudus.

B. Metode perancangan

1. Metode pengumpulan data

a. Data verbal

Data verbal merupakan data yang berupa tulisan yang didapat dari buku dan internet untuk mendukung perancangan ini, selain itu data verbal diperoleh dari wawancara dengan Bayu Indar Pradibta selaku pemilik Zeroun Revolt.

b. Data visual

Data visual adalah data yang berupa gambar – gambar. Data visual yang menjadi acuan referensi perancangan visual desain *T-Shirt* tema kritik sosial yang berupa foto – foto, gambar – gambar yang diperoleh dari dokumentasi dan internet.

2. Teknik pengumpulan data**a. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk mendapatkan data yang akan digunakan.

b. Wawancara

wawancara merupakan teknik yang digunakan untuk mendapatkan data dari hasil wawancara kepada responden. Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan data verbal untuk kepentingan perancangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data untuk mendokumentasikan data yang telah didapat, baik data verbal maupun visual. Data tersebut berupa wawancara dan gambar yang digunakan untuk perancangan.

3. Alat dan instrumen

Alat dan instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data verbal adalah *bolpoint*, buku tulis dan kamera, sedangkan data visual didapat dengan laptop untuk mendapatkan gambar di internet. Proses pembuatan sketsa desain menggunakan *sket book*, pensil, *drawing pen*, *scanner* dan komputer grafis.

4. Analisis data

Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis *SWOT*. Menurut Kotler dan Gary Amstrong (2008:64), mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh. Pemasaran harus melakukan analisis *SWOT*, dimana analisis ini menilai kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Berikut adalah penjabaran analisis *SWOT* berdasarkan perancangan media utamanya :

a. *Strenght* (kekuatan)

Kekuatan ilustrasi desain *T-Shirt* bertema kritik sosial dengan tampilan berupa ilustrasi kritik sosial dengan teks *headline Zeroun Revolt*.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan terletak di konsumen yang lebih menyukai desain – desain yang sedang tren dipasaran dari pada *T-Shirt* yang bertema kritik sosial.

c. *Opportunities* (peluang)

Peluang menciptakan ilustrasi pada *T-Shirt* dengan tema kritik sosial sebagai media konservasi dan sosialisasi tentang kritik sosial pada masyarakat.

d. *Threats* (ancaman)

Ancaman berupa banyaknya pesaing yang muncul dari perusahaan lain yang sudah lama memproduksi *T-Shirt* sejenis

5. Kosep media

a. Tujuan media

Tujuan dalam perancangan ini adalah *T-Shirt* sebagai suatu barang yang dapat dijual, selain itu *T-Shirt* juga membantu menyuarakan kritik sosial kepada konsumen.

b. Strategi media

Strategi yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan perancangan ini adalah sebagai berikut :

1) Target audien

Target audien disini adalah remaja pada usia 15–20 tahun, karena umumnya *T-Shirt* diminati para remaja usia tersebut.

2) Pencapaian media

Media yang akan digunakan dalam perancangn ini adalah sebagai berikut :

a) Media utama

Media utamanya adalah *T-Shirt* karena itu menjadi media *fashion* yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama dan pesan yang disampaikan juga tersampaikan kepada konsumen disamping si pemakai *T-Shirt*, orang – orang di sekitarnya juga tahu pesan itu atau paling tidak mereka melihat pesan tersebut.

b) Media pendukung

Media pendukung yang akan digunakan disini adalah kemasan (*packaging*) yang digunakan sebagai pembungkus *T-Shirt*. Konsep *packaging* disini akan dibuat berbeda dari yang lain, yang umumnya hanya memakai plastik disini akan dibuat tabung.

c) Media promosi

Media promosi digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Usaha dalam promosi memakai media yang dipilih yaitu poster, *web banner*, brosur dan *sticker*.

c. Estimasi biaya

- 1) Estimasi biaya produksi media utama dan pendukung untuk satu desain Zeroun Revolt

Table 2. Estimasi Biaya Media Utama dan Pendukung

No.	Jenis Produksi	Biaya
1	<i>Kain Cotton Combad 30 S</i>	Rp 25.000
2	Jahit rantai	Rp 5.000
3	Sablon	Rp 12.000
4	Potong kain	Rp 1.000
5	<i>Plastic packing</i>	Rp 2.000
6	<i>Hantag label</i>	Rp 2.000
7	<i>Sticker</i>	Rp 1.000
8	<i>Packaging</i>	Rp 1.000
Jumlah		Rp 49.000

- 2) Estimasi total biaya produksi media utama dan pendukung untuk semua desain Zeroun Revolt

Table 3. Estimasi Biaya Total produksi

No.	Produksi	Biaya
1	Jumlah produksi untuk setiap desain 24 pcs	<p>Rp 49.000 24 ----- x Rp 1.176.000</p>

2	Jumlah desain 12	12 ----- x
3	Total produksi	Rp 14.112.000

3) Estimasi biaya produksi media promosi Zeroun Revolt

Table 4. *Estimasi Biaya Media Promosi*

No.	Jenis media	Ukuran	Jumlah	Biaya
1.	Poster	A3	5 x 6.000	Rp 30.000
2.	<i>Web banner</i>	A4	5 x 6.000	Rp 30.000
3.	Brosur	A4	15 x 6000	Rp 90.000
4.	<i>Sticker</i>	A3	2 x 55.000	Rp 110.000
Jumlah				Rp 260.000

4) *Schedule* produksi desain Zeroun RevoltTable 4. *Schedule Produksi Desain Zeroun Revolt*

No.	Tanggal Produksi	Desain	Media promosi			
			Poster	Web Banner	Brosur	Sticker
1.	Januari 2015	Perang	✓	✓	✓	✓
2.	Februari 2015	Tawuran	-	-	-	✓

3.	Maret 2015	Hutan	-	-	-	✓
4.	April 2015	<i>Mangrove</i>	✓	-	✓	✓
5.	Mei 2015	Harimau Sumatera	-	-	-	✓
6.	Juni 2015	Orang Utan Sumatera	-	-	-	✓
7.	Juli 2015	Hiu	✓	-	✓	✓
8.	Agustus 2015	Korupsi	-	-	-	✓
9.	September 2015	Hukum	-	-	-	✓
10.	Oktober 2015	Bencana Banjir	✓	-	✓	✓
11.	November 2015	<i>Global</i> <i>Warming</i>	-	-	-	✓
12.	Desember 2015	Tayangan Televisi	✓	✓	✓	✓

BAB III

KONSEP DESAIN DAN VISUALISASI DESAIN

A. Konsep Desain

1. Tujuan Kreatif

T-Shirt adalah salah satu pakaian yang digemari oleh semua kalangan dan jangka waktu pemakaiannya juga cukup lama. Hal tersebut sangat memungkinkan untuk merancang desain visualisasi *T-shirt* dengan ilustrasi bertemakan kritik sosial. Cara untuk mencapai tujuan kreatif ini adalah dengan merancang ilustrasi desain *T-shirt* yang mengisyaratkan masalah kritik sosial beserta kemasannya dan didukung dengan perancangan media promosi.

2. Strategi Kreatif

Penyajian ilustrasi dalam perancangan visual desain *T-shirt* ini adalah sebuah ilustrasi kritik sosial dengan menggunakan ilustrasi yang sederhana tetapi dapat menyuarakan tentang kritik sosial. Selain ilustrasi disini juga terdapat teks *Zeroun Revolt* di *headline* yaitu nama distro atau perusahaan yang memproduksi *T-shirt* tersebut sekaligus yang menyuarakan kritik sosial kepada masyarakat. Selain merancang ilustrasi desain *T-shirt* juga merancang untuk media pendukungnya yaitu *packaging* atau kemasan. Perancangan media promosi juga dilakukan dimaksudkan untuk menjangkau target audien usia 15-20 tahun. Perancangan media promosi disini menggunakan gaya penyajian grafis yang sama seperti media utamanya agar membentuk satu kesatuan yang harmonis.

3. *Standart visual*

a. **Ilustrasi**

Ilustrasi adalah unsur yang terpenting dalam perancangan ini, gambar yang ditampilkan adalah gambar yang mengisyaratkan kritik sosial, untuk jenis gambar yang dipilih adalah gambar bercorak kartun.

b. **Tipografi**

Tipografi adalah teks sebagai visualisasi huruf yang ditampilkan di *headline* sebagai unsur untuk mendukung ilustrasi yang berupa nama perusahaan yang memproduksi *T-shirt* tersebut.

c. **Warna**

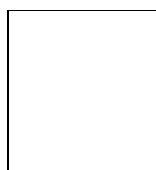
Pemberian warna dalam ilustrasi ini bertujuan memberikan kesan klasik dan simpel. Warna yang dipilih dalam perancangan ini adalah warna yang kontras yaitu hitam dan putih, serta untuk beberapa desain ada tambahan warna krem dan merah.

Warna yang akan digunakan dalam perancangan adalah sebagai berikut :



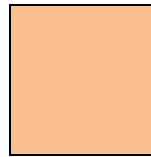
C:75%, M:68%, Y:67%, K:90%

R:0%, G:0%, B:0%



C:0%, M:0%, Y:0%, K:0%

R:255%, G:255%, B:255%



C:12%, M:31%, Y:50%, K:0%
R:224%, G:178%, B:134%



C:19%, M:100%, Y:100%, K:11%
R:184%, G:0%, B:0%

Warna hitam dipilih karena mempunyai kesan kuat dan jelas, bila dikombinasikan dengan warna putih akan menimbulkan kekontrasan yang sangat kuat. Warna ini digunakan di semua desain, sedangkan warna krem dan merah hanya digunakan pada beberapa desain.

d. *Layout*

Layout atau tata letak adalah usaha menyusun elemen – elemen grafis yang digunakan dalam perancangan. Tahapan *layout* yang digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

1) *Layout* Gagasan (*Idea Layout*)

Adalah tahap awal menyusun tata letak yang berbeda. Tata letak yang terpilih akan digunakan untuk mengembangkan *layout* selanjutnya.

2) *Layout* Kasar (*Rough Layout*)

Adalah tahapan memilih salah satu dari *layout* gagasan. Gambar yang sama sesuai dengan ukuran sebenarnya dan sudah dapat terbaca gambar dan teksnya. *Layout* Kasar (*Rough Layout*) masih dapat direvisi lagi dengan menambahkan atau mengurangi elemen – elemen grafisnya.

3) *Layout* Lengkap (*Comprehensive Layout*)

Adalah berupa penyempurnaan dari proses sebelumnya yaitu *Layout* Kasar. *Layout* Lengkap (*Comprehensive Layout*) mempunyai ketepatan ukuran, skema, warna dan rincian lainnya untuk memperlihatkan hasil dari perancangan.

4) Desain akhir (*Final design*)

Adalah berupa visualisasi dari *layout* lengkap. *Final design* berupa *print out* yang siap dipublikasikan.

B. Visualisasi desain

a) Perancangan Media Utama

Media utama dari perancangan ini adalah berupa *T-Shirt*, adapun perancangannya adalah sebagai berikut.

a. Ilustrasi Kritik Sosial

Ilustrasi digunakan untuk menggambarkan kritik sosial yang ada di masyarakat. Ilustrasi yang digambarkan berupa *figure* atau tokoh sebagai simbol dari kritik sosial yang diisyaratkan. Gaya ilustrasi menggunakan corak karikatur, berupa sindiran dengan menggunakan warna hitam putih, dengan gaya tersebut, visual yang diciptakan akan tampak sederhana dan dramatis. Warna yang digunakan adalah hitam dan putih.

Proses perancangan ilustrasi meliputi berbagai tahapan sebagai berikut :

1) Tahap pertama (Sket Kasar)

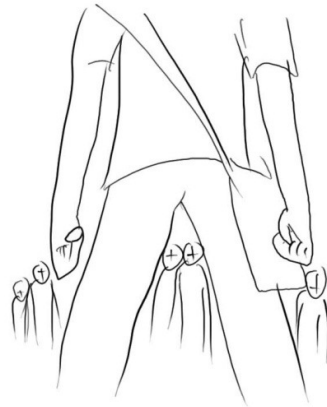
Tahap pertama perancangan ilustrasi berupa sket kasar berupa bentuk global untuk menentukan anatomi, komposisi, dekorasi dan sudut pandang yang tepat.

Hasil rancangan dari tahap pertama yang berupa sket kasar adalah sebagai berikut :



Gambar 2 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Perang*

Sumber. Akmal, 2014



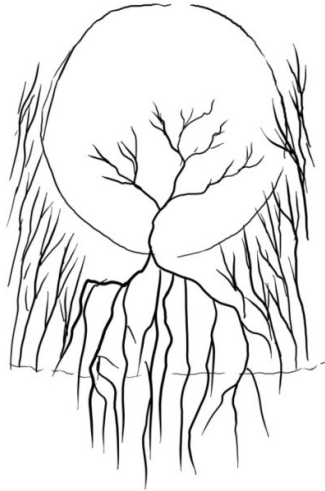
Gambar 3 : **Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Tawuran***

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 4 : **Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Hutan***

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 5 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Mangrove*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 6 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Harimau Sumatera*

Sumber. Akmal, 2014



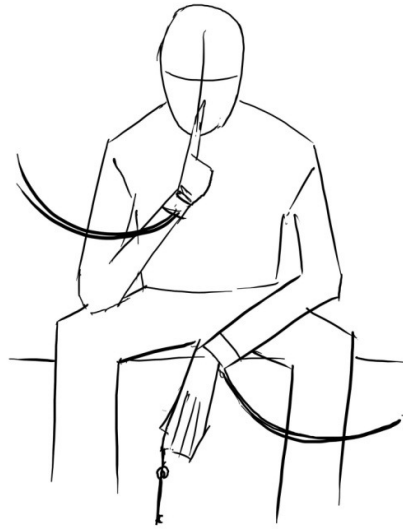
Gambar 7 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Orang Utan Sumatera*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 8 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Hiu*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 9 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Korupsi*

Sumber. Akmal, 2014



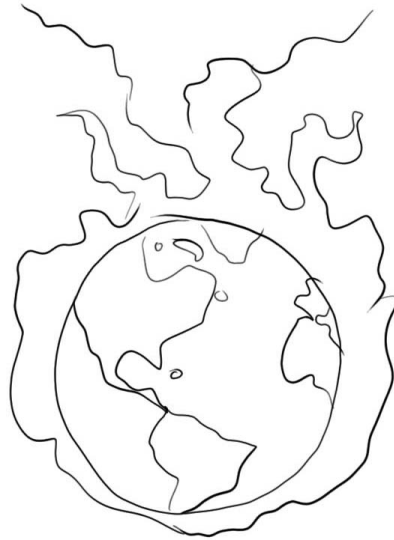
Gambar 10 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Hukum*

Sumber. Akmal, 2014



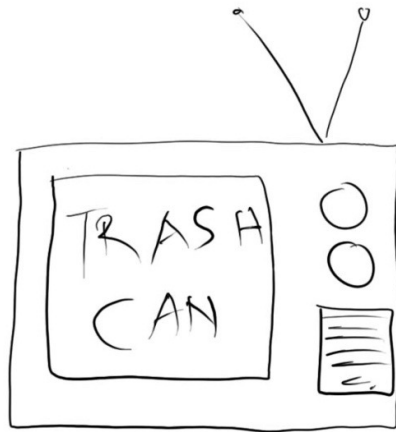
Gambar 11 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Bencana Banjir*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 12 : Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Global Warming*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 13 : **Sket Kasar Desain Kritik Sosial *Tayangan Televisi***

Sumber. Akmal, 2014

2) Tahap kedua (Proses *Inking*)

Proses *Inking* adalah tahap kelanjutan dari sket kasar. Proses *Inking* menggunakan *drawing pen*. Proses ini bertujuan untuk membentuk *outline* gambar.

Hasil dari tahap kedua yang berupa proses *inking* adalah sebagai berikut :



Gambar 14 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Perang*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 15 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Tawuran*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 16 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Hutan*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 17 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Mangrove*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 18 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Harimau Sumatera*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 19 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Orang Utan Sumatera*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 20 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Hiu*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 21 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Korupsi*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 22 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Hukum*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 23 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Bencana Banjir*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 24 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Global Warming*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 25 : Hasil *Inking* Desain Kritik Sosial *Tayangan Televisi*

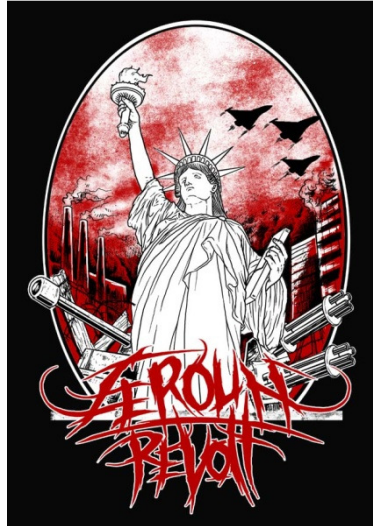
Sumber. Akmal, 2014

3) Tahap ketiga (Proses *Finishing*)

Tahap ketiga merupakan proses *finishing* dan penyempurnaan dari proses sebelumnya dalam penciptaan ilustrasi untuk desain *T-Shirt* produk Zeroun Revolt, karena ilustrasi menggunakan warna hitam dan putih maka proses *finishing* dilakukan untuk memberikan bayangan yang berupa arsiran atau bercak-bercak agar gambar tampak tiga dimensional, dan untuk beberapa desain ada tambahan warna, yaitu untuk desain “perang” dan “hutan”. Desain “perang” disini ditambah dengan warna merah untuk mendapatkan kesan dramatis suasana perang yang berdarah, sedangkan untuk desain “hutan” ditambah dengan warna krem untuk mendapatkan kesan pohon yang kering dan kusam.

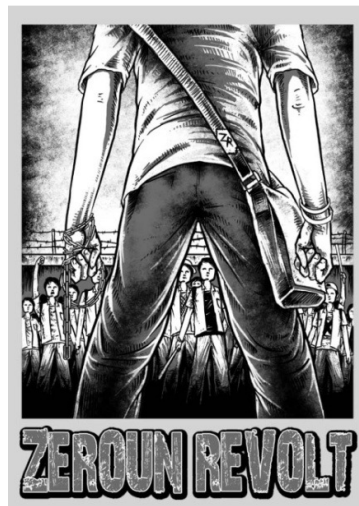
Pemberian font atau logo Zeroun Revolt juga dilakukan pada tahap ini. Pemilihan font dilakukan dengan cara *custom* atau mengolah font sendiri dengan menyeimbangkan gambar agar sesuai dan menyatu sebagai satu kesatuan desain. Proses *finishing* dikerjakan menggunakan komputer grafis dengan *software Adobe Photoshop CS5*.

Hasil dari tahap ketiga yang berupa proses *finishing* adalah sebagai berikut :



Gambar 26 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Tayangan Perang*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 27 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Tawuran*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 28 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Hutan*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 29 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Mangrove*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 30 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Harimau Sumatera*

Sumber. Akmal, 2014



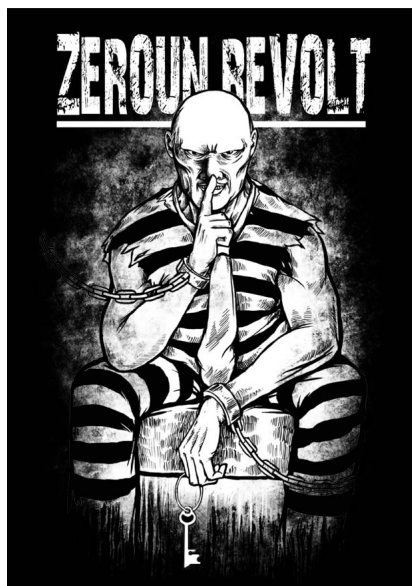
Gambar 31 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Orang Utan Sumatera*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 32 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Hiu*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 33 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Korupsi*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 34 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Hukum*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 35 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Bencana Banjir*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 36 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Global Warming*

Sumber. Akmal, 2014

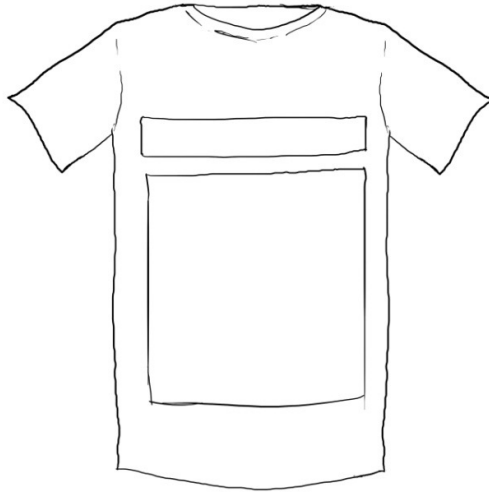


Gambar 37 : Hasil *Finishing* Desain Kritik Sosial *Tayangan Televisi*

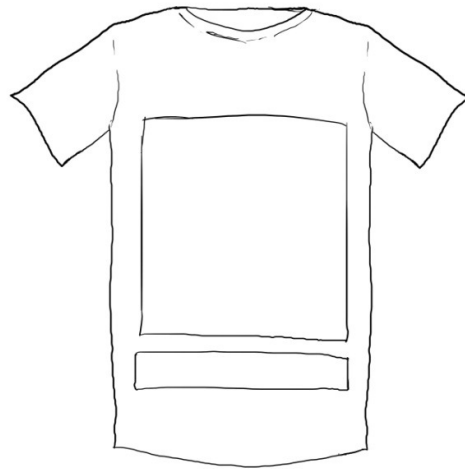
Sumber. Akmal, 2014

b. Desain T-Shirt**1) Layout Gagasan (Idea Layout)**

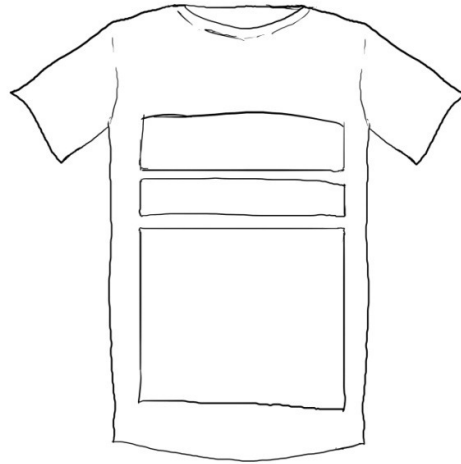
Layout gagasan disini mempunyai tiga pilihan sebagai berikut :



Gambar 38 : **Layout Gagasan T-Shirt I**
Sumber. Akmal, 2014



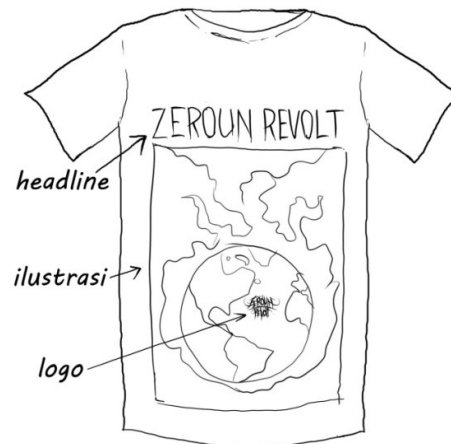
Gambar 39 : **Layout Gagasan T-Shirt II**
Sumber. Akmal, 2014



Gambar 40 : *Layout Gagasan T-Shirt III*
Sumber. Akmal, 2014

2) *Layout Kasar (Rough Layout)*

Berdasarkan *layout* gagasan dipilih semua opsi, untuk selanjutnya masuk tahapan *layout* kasar, hasilnya sebagai berikut :



Gambar 41 : *Layout Kasar T-Shirt I*
Sumber. Akmal, 2014



Gambar 42 : *Layout Kasar T-Shirt II*

Sumber. Akmal, 2014



Gambar 43 : *Layout Kasar T-Shirt III*
Sumber. Akmal, 2014

3) *Layout Lengkap (Comprehensive layout)*

a) *T-Shirt Kritik Sosial Perang*



Gambar 44 : *T-Shirt Kritik Sosial Masalah Perang*
Sumber : Akmal, 2014

Judul : Perang

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah patung *liberty* dengan *background* yang menyuarakan peperangan yang dalam realitanya adalah Amerika sebagai penyokong kasus-kasus perang yang ada di negara-negara Timur Tengah dan Korea.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam, putih, merah.

Tipografi : Logo Zeroun Revolt

b) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Generasi Muda



Gambar 45 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Generasi Muda

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Tawuran
Media : T-Shirt
Ukuran : S, M, L, XL
Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna abu-abu
Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah sekelompok anak SMA yang hendak tawuran, dengan tokoh utama dilihat dari belakang dengan tangan mengepal dan membawa rantai yang seakan-akan hendak menghajar lawannya. Contoh kritik sosial perilaku menyimpang para generasi muda.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Haettenschweiler custom.*

c) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Hutan



Gambar 46 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Hutan

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Hutan

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah sebuah objek pohon kering yang tertusuk tombak, digambarkan disitu ia mempunyai mulut yang menganga seakan-akan berteriak marah atas apa yang menyimpannya. Kritik sosial masalah lingkungan hidup khususnya hutan.

Warna : Warna yang digunakan adalah krem, hitam dan putih

Tipografi : *Chiller Custom*

d) *T-Shirt Kritik Sosial Masalah Mangrove*



Gambar 47 : *T-Shirt Kritik Sosial Masalah Mangrove*

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Mangrove

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah sebuah objek pohon *mangrove* yang kering. Menyuarakan pentingnya

populasi *mangrove* yang perlu dilindungi sebagai penghambat abrasi pantai oleh air laut.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : Logo Zeroun Revolt, *Custom* akar mangrove

e) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Harimau Sumatera



Gambar 48 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Harimau Sumatera

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Harimau Sumatera

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah sebuah peti mati yang di tengahnya tergambar jelas kepala harimau beserta tulang-tulangnya, sedangkan dibawahnya terdapat lilin, ini menyuarakan tentang harapan agar satwa ini tidak hanya menjadi sebuah cerita, kita harus menjaga populasinya agar tidak punah.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Chiller Custom*

f) ***T-Shirt Kritik Sosial Masalah Orang Utan Sumatera***



Gambar 49 : ***T-Shirt Kritik Sosial Orang Utan Sumatera***

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Orang Utan Sumatera

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah orang utan yang marah. Desain ini menyuarakan tentang orang utan yang terancam punah karena perburuan dan rusaknya habitat tempat tinggalnya karena ulah tangan manusia.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Chiller Custom*

g) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Hiu



Gambar 50 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Hiu

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Hiu

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah seekor hiu yang tertusuk tombak. Desain ini menyuarakan tentang perburuan hiu untuk diperdagangkan secara global, padahal hiu adalah spesies yang populasinya terancam punah dan lambat reproduksinya. Melonjaknya jumlah permintaan produk-produk hiu lainnya

menyebabkan terjadinya penangkapan secara besar-besaran terhadap satwa ini.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Custom*

h) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Korupsi



Gambar 51 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Korupsi

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Korupsi

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah seseorang yang terbelenggu rantai namun dia juga memegang kunci. Desain ini menggambarkan seorang koruptor yang bisa keluar masuk penjara dengan mudah. Korupsi adalah masalah sosial yang merugikan negara secara finansial. Banyaknya korupsi di suatu negara

merupakan cerminan bobroknya kualitas manusia di negara tersebut,
untuk itu korupsi harus diberantas.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Custom*

i) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Hukum



Gambar 52 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Hukum

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Hukum

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah seseorang wanita dengan mata tertutup dengan tangan kanan yang membawa timbangan dan tangan kiri yang membawa pedang, di depannya terdapat buku. Desain ini menyuarakan tentang hukum yang tidak memihak dan menimbang dengan adil dan siap menjatuhkan hukuman kepada yang bersalah. Hukum sangat diperlukan dalam

kehidupan bersama dalam suatu negara untuk dijadikan pedoman dan menjaga ketertiban.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Custom*

j) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Bencana Alam Banjir



Gambar 53 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Bencana Alam Banjir

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Bencan Alam Banjir

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah gedung-gedung yang terendam banjir dan di bawahnya terdapat tangan-tangan yang seakan minta pertolongan. Desain ini menyuarakan tentang bencana banjir yang sering menimpa negeri ini. Di Indonesia sendiri banjir merupakan bencana tiap tahun yang pasti terjadi. Penyebab utamanya tidak lain adalah akibat ulah tangan manusia sendiri, salah satunya adalah meluapnya sungai karena tersumbatnya saluran air

oleh sampah-sampah yang dibuang sembarangan di sungai, sampah tersebut lama-lama menumpuk dan menghambat aliran air yang akhirnya menyebabkan banjir.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Custom*

k) *T-Shirt Kritik Sosial Masalah Global Warming*



Gambar 54 : *T-Shirt Kritik Sosial Masalah Global Warming*

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Global Warming

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna hitam

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah bumi yang dikelilingi asap. Desain ini menyuarakan tentang *global warming* atau pemanasan global yang memiliki banyak dampak buruk dan berbahaya. Bumi kita mengalami pemanasan secara berangsur-angsur, dan menyebabkan gunung-gunung es di kutub utara dan

selatan mencair. Akibatnya suhu di bumi akan semakin panas dan mengganggu ekosistemnya.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

Tipografi : *Custom dan logo Zeroun Revolt*

1) *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Tayangan Televisi



Gambar 55 : *T-Shirt* Kritik Sosial Masalah Tayangan Televisi

Sumber : Akmal, 2014

Judul : Tayangan Televisi

Media : T-Shirt

Ukuran : S, M, L, XL

Bahan : *Cotton Combat 30 S* warna merah

Visual : Ilustrasi yang digambarkan pada *T-Shirt* adalah sebuah televisi dengan tulisan *trash can* yang berarti sampah. Desain ini menyuarakan tentang tayangan televisi yang sangat disayangkan jika hanya di dominasi tayangan hiburan dan tidak mendidik, seperti televisi swasta yang lebih mengutamakan sisi bisnis dan mementingkan rating siaran daripada sisi pendidikannya.

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih

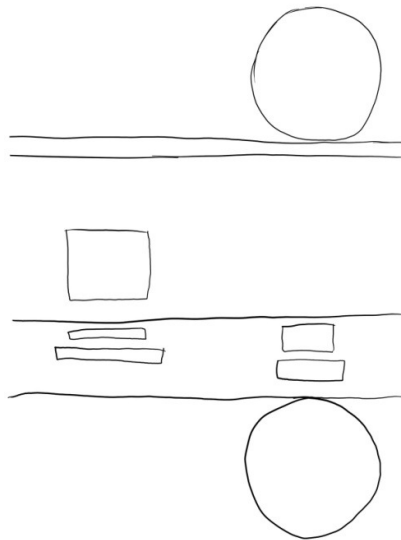
Tipografi : *Custom*

2. Perancangan Media Pendukung

Media pendukung dalam perancangan ini adalah berupa *packaging* yang berfungsi sebagai tempat atau kemasan *T-Shirt* produk Zeroun Revolt. *Packaging* yang akan dirancang berbentuk tabung yang terbuat dari kertas *cartoon*, dengan bentuk seperti ini diharapkan dapat menjadi daya tarik tersendiri kepada para konsumen karena bentuknya yang unik.

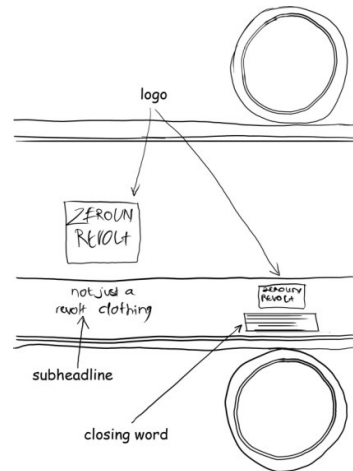
Tahap rancangan dari media pendukung yang berupa *packaging* adalah sebagai berikut :

a. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 56 : *Layout Gagasan desain Packaging*
Sumber. Akmal, 2014

b. *Layout Kasar (Rought Layout)*



Gambar 57 : *Layout kasar desain Packaging*
Sumber. Akmal, 2014

c. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 58 : *Layout Lengkap Desain Packaging*
Sumber. Akmal, 2014



Gambar 59 : *Layout Lengkap Packaging*
Sumber. Akmal, 2014

- Media : Packaging
- Ukuran : Tabung berukuran panjang 22 cm dan diameter 8 cm
- Bahan : Kertas *Cartoon*
- Visual : Logo Zeroun Revolt
- Warna : Warna yang digunakan adalah hitam, putih dan abu-abu
- Tipografi : Arial *custom* logo

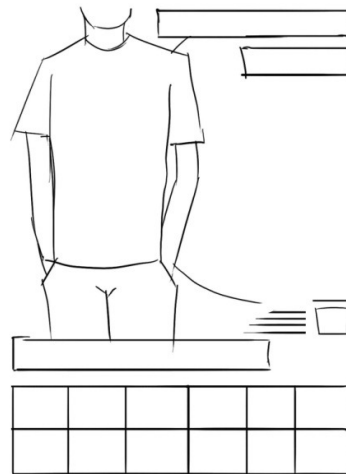
3. Perancangan Media Promosi

Media promosi dalam perancangan ini digunakan untuk sarana menginformasikan dan mempromosikan *T-Shirt* produksi Zeroun Revolt kepada target audien. media promosi yang akan digunakan disini berupa poster, *web banner*, brosur dan *sticker*.

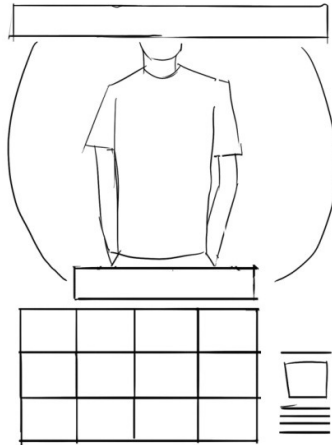
Tahap rancangan dari media promosi yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Poster

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 60 : *Layout Gagasan Alternatif Desain Poster I*
Sumber. Akmal, 2014

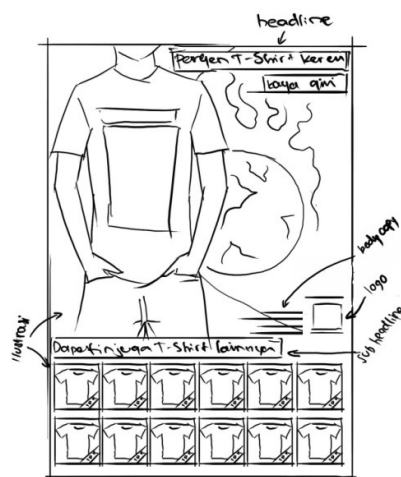


Gambar 61 : **Layout Gagasan Alternatif Desain Poster II**

Sumber. Akmal, 2014

2) **Layout Kasar (Rought Layout)**

Berdasarkan *layout* gagasan dipilih Alternatif Desain Poster I, untuk selanjutnya masuk tahapan *layout* kasar, hasilnya sebagai berikut :



Gambar 62 : **Layout Kasar Desain Poster**

Sumber. Akmal, 2014

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 63 : *Layout Lengkap Desain Poster*
Sumber. Akmal, 2014

Media : Poster

Ukuran : A4

Bahan : Kertas Ivory 230

Visual : Remaja laki-laki dan perempuan memakai T-Shirt produksi

Zeroun Revolt, ilustrasi desain dan macam pilihan desain *T-Shirt* produksi

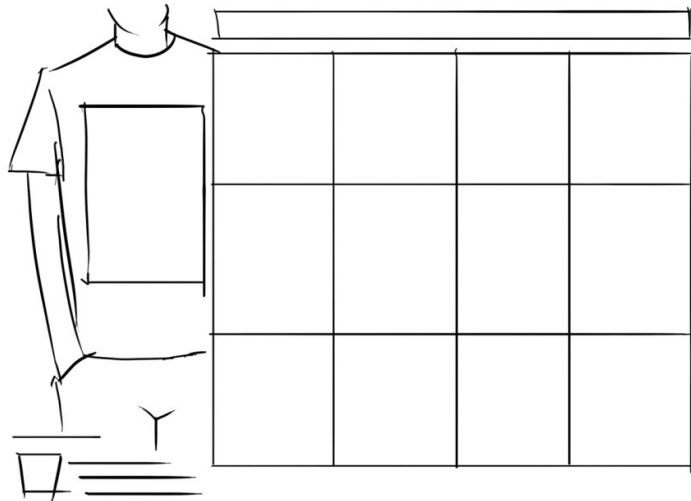
Zeroun Revolt

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam, putih dan abu-abu

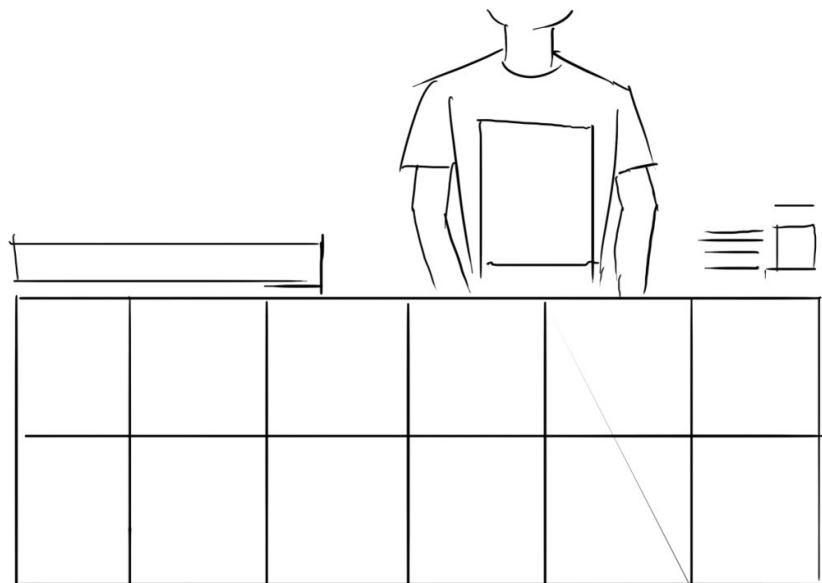
Tipografi : *Comic sans MF* dan *Arial*

b. Web Banner

1) Layout Gagasan (Idea Layout)



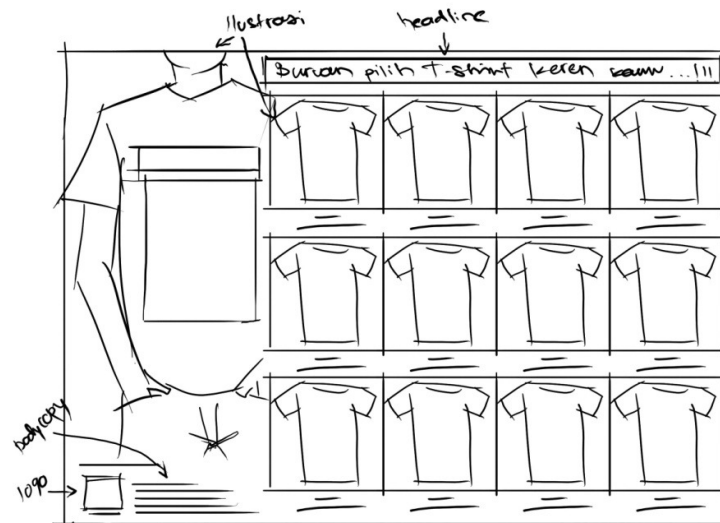
Gambar 64 : Layout Gagasan Alternatif Desain Web Banner I
Sumber. Akmal, 2014



Gambar 65 : Layout Gagasan Alternatif Desain Web Banner II
Sumber. Akmal, 2014

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*

Berdasarkan *layout* gagasan dipilih Alternatif Desain Web Banner I, hasilnya sebagai berikut :



Gambar 66 : *Layout Kasar Desain Web Banner*
Sumber. Akmal, 2014

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 67 : *Layout lengkap Desain Web Banner*
 Sumber. Akmal, 2014



Gambar 68 : *Layout lengkap Desain Web Banner*
 Sumber. Akmal, 2014

Media : *Web Banner*

Ukuran : *A4*

Bahan : *JPEG file*

Visual : Remaja laki-laki dan perempuan memakai T-Shirt produksi Zeroun Revolt, ilustrasi desain dan macam pilihan desain *T-Shirt* produksi Zeroun Revolt

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam, putih dan abu-abu

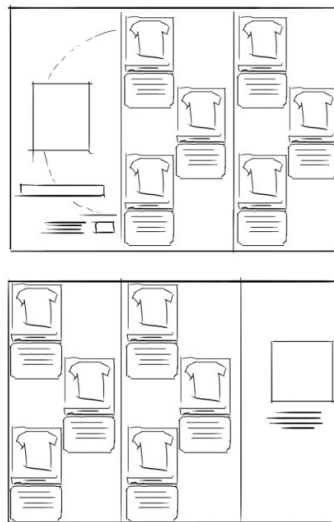
Tipografi : *Comic sans MS* dan *Arial*

c. Brosur

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



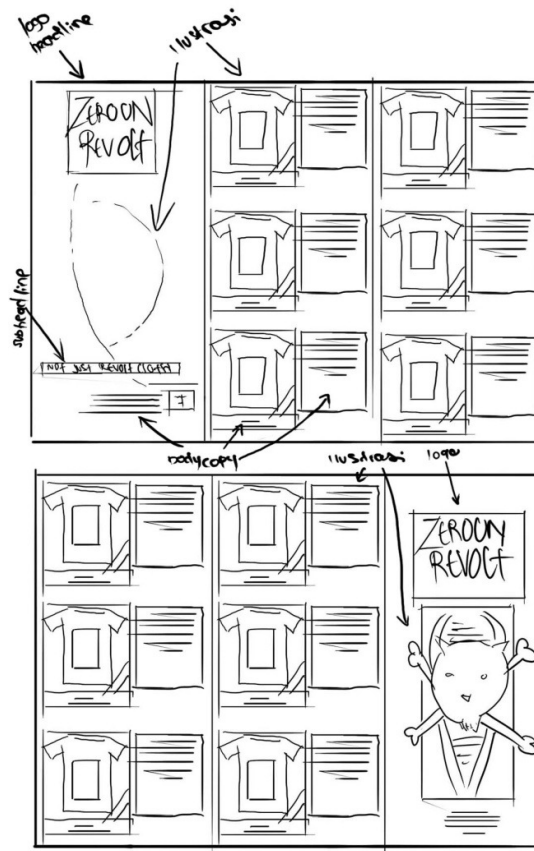
Gambar 69 : *Layout Gagasan Alternatif Desain Brosur I*
Sumber. Akmal, 2014



Gambar 70 : *Layout Gagasan Alternatif Desain Brosur II*
Sumber. Akmal, 2014

4) *Layout Kasar (Rought Layout)*

Berdasarkan *layout* gagasan dipilih Alternatif Desain Brosur I , hasilnya sebagai berikut :



Gambar 71 : *Layout Kasar Desain Brosur*
Sumber. Akmal, 2014

5) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 72 : *Layout Kasar Desain Brosur Tampak Depan*
 Sumber. Akmal, 2014



Gambar 73 : *Layout Kasar Desain Brosur Tampak Belakang*
 Sumber. Akmal, 2014

Media : Brosur

Ukuran : A4

Bahan : Kertas Art Papper

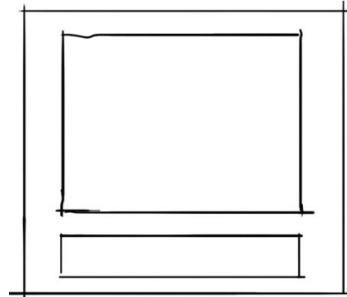
Visual : Katalog T-Shirt produksi Zeroun Revolt, ilustrasi desain dan logo Zeroun Revolt

Warna : Warna yang digunakan adalah hitam, putih dan abu-abu

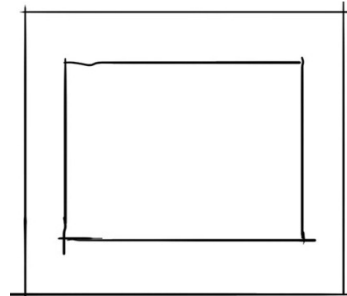
Tipografi : *Arial*

d. Sticker

1) Layout Gagasan (Idea Layout)



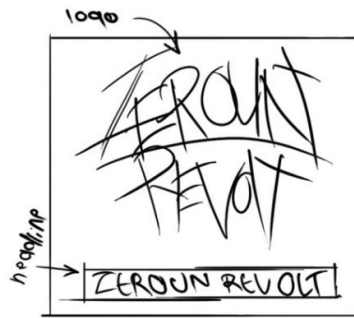
Gambar 74 : Layout Gagasan Alternatif Desain Sticker I
Sumber. Akmal, 2014



Gambar 75 : Layout Gagasan Alternatif Desain Sticker I
Sumber. Akmal, 2014

6) *Layout Kasar (Rought Layout)*

Berdasarkan *layout* gagasan dipilih Alternatif Desain *Sticker* I, hasilnya sebagai berikut :



Gambar 76 : *Layout Kasar Desain Sticker*
Sumber. Akmal, 2014

7) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 77 : *Layout Lengkap Desain Sticker*
Sumber. Akmal, 2014

- Media : *Sticker*
- Ukuran : 6 cm x 5 cm
- Bahan : Kertas Vinyl
- Visual : Logo Zeroun Revolt
- Warna : Warna yang digunakan adalah hitam dan putih
- Tipografi : *Arial* dan logo Zeroun Revolt

BAB IV

PENUTUP

C. Kesimpulan

Perancangan visual desain *T-Shirt* produksi Zeroun Revolt dengan tema kritik sosial bertujuan untuk mewakili aspirasi masyarakat tentang keresahan-keresahan yang terjadi terhadap masalah sosial. Desain *T-Shirt* yang ditampilkan secara efektif, efisien, kreatif dan komunikatif diharapkan dapat menyuarakan beberapa kritik sosial secara garis besar dan mudah dipahami konsumen.

Data-data yang valid diperlukan dalam proses perancangan dan pengembangan ide. Berdasarkan hasil analisa dari proses pengumpulan dan proses pengolahan data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan visual desain *T-Shirt* produksi Zeroun Revolt dengan tema kritik sosial dapat mewakili aspirasi masyarakat terhadap masalah sosial, serta dapat memenuhi selera target utama yaitu remaja usia 15-20 tahun.
2. Media utama yang dipilih adalah *T-Shirt*, yang dipilih berdasarkan pertimbangan sebagai media yang mempunyai jangka waktu pakai yang panjang dan efektif serta efisien, sedangkan media pendukungnya berupa kemasan / *packaging* dengan bentuk yang unik diharap dapat menjadi daya tarik tersendiri.

3. Media promosi yang dirancang secara komunikatif mampu memberikan informasi keberadaan *T-Shirt* ini. Media promosi yang dipilih antara lain poster, *web banner*, brosur dan *sticker*. Media tersebut dipilih karena efektif dan efisien dalam menyampaikan tujuan promosi.
4. Efektivitas perancangan visual desain *T-Shirt* produksi Zeroun Revolt mampu memberikan informasi tentang masalah sosial yang terjadi di masyarakat.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa Seni Rupa hendaknya Tugas Akhir Karya Seni ini dijadikan sarana untuk belajar merancang konsep dan penerapan desain berdasarkan ilmu desain komunikasi visual, kemudian dikembangkan dan divisualisasikan dengan media kreatif sehingga menjadi sebuah karya yang mempunyai kualitas sebagai hasil dari pembelajaran akademik.
2. Bagi para desainer grafis dapat lebih memperhatikan prinsip dan unsur serta elemen-elemen dalam desain yang tidak hanya semata-mata terlihat secara visual, tetapi dapat dipertanggungjawabkan secara materi desain dan penyusunannya.
3. Bagi perusahaan maupun organisasi diharapkan mampu memahami pentingnya penyajian visual desain *T-Shirt* sebagai suatu identitas yang kuat dari sebuah perusahaan/organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Adi Kusrianto. 2009. *Pengantar desain komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Agus Sachari dkk. 2002. *Seni Rupa Dan Desain Untuk SLTP Kelas I*. Bandung: Ganesa
- Dr. Mohtar Mas' oed. 1999. *Kritik Sosial*. Yogyakarta: Penerbit UII Pers
- Monang Siahaan. SH. MM. 2013. *Korupsi Penyakit Sosial Yang Menyakitkan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Prof. Dr. Soerjono Soekanto.2006. *SOSIOLOGI Suatu Pengantar*.Jakarta: Rajawali Pers
- R. Abdoel Djawali. SH. 2011. *Pengantar Hukum Indonesia Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Salim. 2006. *Dasar-Dasar Hukum Kelautan Edisi Revisi*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komuter)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Jumanta. 2004. *Kaos Inspirasi Motif Modern dan Kata-kata*. Jakarta: Puspa Swara
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Sumber Internet

- Murni, Desmarita. 2008. Harimau Sumatera. <http://www.savesumatra.org/index.php/species/detail/1>. Diunduh pada tanggal 14 September 2014.
- Murni, Desmarita. 2008. Orang Utan Sumatera. <http://www.savesumatra.org/index.php/species/detail/4>. Diunduh pada tanggal 14 September 2014.
- Fajatudin, Atik Mohammad. 2013. Populasi Hiu Terancam Punah. <http://m.sindonews.com/read/806856/15/populasi-hiu-terancam-punah>. Diunduh pada tanggal 14 September 2014.
- Wikipedia. 2014. Banjir. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/banjir>. Diunduh 14 September 2014.
- Yahoo, Answer. 2009. Bahaya Global warming. <https://id.answer.yahoo.com/question/index?qid=20100831065423AAilf11>. Diunduh 14 September 2014.
- Harapan, Sinar. 2014. Bahaya Laten Siaran Tak Mendidik. <http://sinarharapan.co/news/read/32805/bahaya-laten-siaran-tak-mendidik>. Diunduh 14 September 2014.

LAMPIRAN

KISI-KISI PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Siapakah pendiri Zeroun Revolt dan tahun berapa berdiri ?	Zroun Revolt berdiri pada 1 Juni 2013. Pendirinya saya sendiri (Bayu Indar Pradibta).
2	Bagaimana tema desain yang digunakan dalam Zeroun Revolt ?	Desain mengangkat tema kritik sosial, misalnya korupsi, perang, kritik lingkungan, dll.
3	Mengapa memilih tema kritik sosial ?	Karena tema kritik sosial masih jarang digunakan dan berbeda dari desain <i>T Shirt</i> lain.
4	Unsur visual apa yang harus ada dalam <i>T Shirt</i> ?	Yang jelas harus ada tulisan Zeroun Revolt mengenai ilustrasi bias menyesuaikan tema.
5	Siapa target audiennya ?	Target audien adalah remaja umur 15-20 tahun.
6	Promosi apa saja yang dilakukan untuk pemasarannya ?	Promosinya dilakukan lewat media sosial dan berbagai <i>event</i> acara yang diikuti audien remaja seperti acara bazar distro, konser musik, <i>stand up comedy</i> , acara

		sosial seperti acara amal untuk korban bencana.
7	Berapa omset perbulannya ?	Tidak menentu, biasanya perbulan kita dapat 3-4 juta

DOKUMENTASI UJIAN





