

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
RESTORAN IKAN BAKAR GAMBIRAN, YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR KARYA SENI

Diajukan Kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan



Oleh:
Endra Ahmad Rifai
NIM 07206241036

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

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) yang berjudul “*Perancangan Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, Yogyakarta*” ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 28 Mei 2014

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Zulfi Hendri, S.Pd., M.Sn.".

Zulfi Hendri, S.Pd., M.Sn.
NIP. 19750525 200112 1 002

Pembimbing II

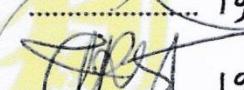
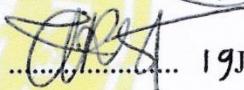
A handwritten signature in black ink, appearing to read "Arsianti Latifah, S.Pd., M.Sn.".

Arsianti Latifah, S.Pd., M.Sn.
NIP. 19760131 200112 2 002

PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) yang berjudul “*Perancangan Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, Yogyakarta*” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari Senin, tanggal 09 Juni 2014 dan dinyatakan LULUS

DEWAN PENGUJI

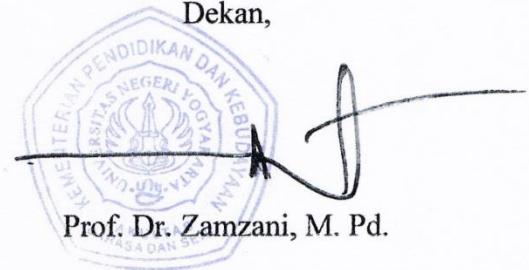
Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Drs. R. Kuncoro W D, M.Sn.	Penguji I		17 Juni 2014
Zulfi Hendri, S. Pd., M. Sn.	Penguji II		19 Juni 2014
Arsianti Latifah, S. Pd., M. Sn.	Sekertaris Penguji		19 Juni 2014
Dwi Retno S R, S.Sn., M.Sn	Ketua Penguji		19 Juni 2014

Yogyakarta, Juni 2014

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Prof. Dr. Zamzani, M. Pd.

NIP. 19550505 198011 1 001

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : **Endra Ahmad Rifai**
NIM : 07206241036
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Seni ini adalah hasil karya saya sendiri dan sepanjang sepengetahuan saya, 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, 30 Mei 2014

Penulis,



Endra Ahmad Rifai

MOTTO

“Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan; Jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan”

“Tapi lihatlah sekitar Anda dengan penuh kesadaran”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir Karya Seni ini, penulis persembahkan kepada:

- Tugas Akhir Karya Seni ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang telah merawat, membesarkan, mendidik, dengan kesabaran dan kasih sayang yang selama ini telah diberikan.
- Untuk saudara-saudara saya, yang selalu memberikan semangat dan doanya.
- Untuk Winda yang selalu memberikan motivasi-motivasinya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, hidayah dan inayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul Perancangan Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, Yogyakarta untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan mereka niscaya Tugas Akhir Karya Seni ini tidak akan terwujud. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada Rektor UNY, Prof. Dr. H. Rochmat Wahab, M.Pd.M.A, Dekan FBS UNY, Prof. Dr. Zamzani, M.Pd dan Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Drs. Mardiyatmo, M.Pd, yang telah memberikan kesempatan dan berbagai kemudahan kepada saya. Kepada kedua pembimbing, yaitu Bapak Zulfi Hendri, S. Pd., M. Sn., selaku pembimbing I, dan Ibu Arsianti Latifah, S. Pd., M. Sn selaku pembimbing II, yang penuh kesabaran, kearifan, dan kebijaksanaan telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tidak henti-hentinya di sela-sela kesibukannya.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada kedua orang tua saya, yang telah memberikan dukungan secara spiritual, moral, hingga saya dapat menyelesaikan studi dan Tugas Akhir Karya Seni ini dengan baik. Tidak lupa ucapan terima kasih saya sampaikan kepada teman-teman yang ada di lingkungan jurusan pendidikan seni rupa dan kerajinan Universitas Negeri Yogyakarta serta teman-teman yang telah turut membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih.

Yogyakarta, 30 Mei 2014

Penulis,



Endra Ahmad Rifai

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan	4
BAB II KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN	
A. Perancangan Komunikasi Visual.....	5
B. Komunikasi Visual.....	5
C. Media Promosi	26
D. Restoran Ikan Bakar Gambiran	31
E. Metode Perancangan.....	32
F. Skema Perancangan.....	56
BAB III VISUALISASI DAN PEMBAHASAN	
A. Konsep Perancangan.....	57
B. Media Promosi.....	71

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	123
B. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Garis Lurus, bergelombang, zig-zag, dan tidak beraturan.....	8
Gambar 2	Garis Tegak, mendatar, dan miring	9
Gambar 3	Warna primer	21
Gambar 4	Warna sekunder	21
Gambar 5	Warna tersier	21
Gambar 6	Lingkaran warna.....	21
Gambar 7	<i>Layout axial</i>	26
Gambar 8	<i>Layout group</i>	26
Gambar 9	<i>Layout band</i>	27
Gambar 10	<i>Layout path</i>	27
Gambar 15	Suasana restoran IBG	37
Gambar 16	Suasana restoran IBG.....	37
Gambar 17	Suasana restoran IBG.....	38
Gambar 18	Suasana restoran IBG.....	38
Gambar 19	Suasana restoran IBG.....	38
Gambar 20	Suasana restoran IBG.....	38
Gambar 21	Suasana restoran IBG.....	38
Gambar 22	Suasana restoran IBG.....	38
Gambar 23	Suasana restoran IBG.....	38
Gambar 24	Logo Ikan Bakar Gambiran (<i>Colour Version</i>)	38
Gambar 25	Logo Ikan Bakar Gambiran (<i>BW Version</i>).....	39
Gambar 26	Brosur Restoran Ikan Bakar Gambiran.....	39
Gambar 27	Konsep dasar pembuatan <i>layout</i>	63
Gambar 28	<i>Grid</i> logo Restoran Ikan Bakar Gambiran (sketsa).....	64
Gambar 29	<i>Grid</i> logo Restoran Ikan Bakar Gambiran (<i>BW version</i>).....	64
Gambar 30	<i>Grid</i> logo Restoran Ikan Bakar Gambiran (<i>colour version</i>).....	65
Gambar 31	Logo Restoran Ikan Bakar Gambiran 100%.....	65

Gambar 32	Logo Restoran Ikan Bakar Gambiran 50%.....	65
Gambar 33	Logo Restoran Ikan Bakar Gambiran 30%.....	66
Gambar 34	<i>Grid logo type 2</i> Restoran Ikan Bakar Gambiran (sketsa).....	66
Gambar 35	<i>Grid logo type 2</i> Restoran Ikan Bakar Gambiran (<i>BW version</i>)..	67
Gambar 36	<i>Grid logo type 2</i> Restoran Ikan Bakar Gambiran (<i>colour</i>).....	67
Gambar 37	Logo <i>type 2</i> Restoran Ikan Bakar Gambiran 100%.....	68
Gambar 38	Logo <i>type 2</i> Restoran Ikan Bakar Gambiran 50%.....	68
Gambar 39	Logo <i>type 2</i> Restoran Ikan Bakar Gambiran 30%.....	68
Gambar 40	<i>Rough layout</i> Iklan Surat Kabar alternatif 1.....	71
Gambar 41	<i>Rough layout</i> Iklan Surat Kabar alternatif 2.....	71
Gambar 42	<i>Comprehensive layout</i> Iklan Surat Kabar	72
Gambar 43	<i>Final design</i> Iklan Surat Kabar	72
Gambar 44	<i>Rough layout</i> Brosur alternatif 1.....	75
Gambar 45	<i>Rough layout</i> Brosur alternatif 2.....	75
Gambar 46	<i>Comprehensive layout</i> Brosur tampak depan.....	76
Gambar 47	<i>Comprehensive layout</i> Brosur tampak dalam.....	76
Gambar 48	<i>Comprehensive layout</i> Brosur tampak belakang	77
Gambar 49	<i>Comprehensive layout</i> Brosur tampak lembaran	77
Gambar 50	<i>Comprehensive layout</i> Brosur tampak lembaran	78
Gambar 51	<i>Final design</i> Brosur tampak depan.....	78
Gambar 52	<i>Final design</i> Brosur bagian dalam.....	79
Gambar 53	<i>Final design</i> Brosur tampak belakang.....	79
Gambar 54	<i>Final design</i> Brosur tampak lembaran.....	80
Gambar 55	<i>Final design</i> Brosur tampak lembaran.....	80
Gambar 56	<i>Final design</i> Brosur tampak lipatan.....	81
Gambar 57	<i>Final design</i> Brosur tampak lipatan.....	81
Gambar 58	<i>Rough layout</i> <i>Sign Board</i> alternatif 1.....	87
Gambar 59	<i>Rough layout</i> <i>Sign Board</i> alternatif 2.....	87
Gambar 60	<i>Comprehensive layout</i> <i>Sign Board</i> 1.....	88

Gambar 61	<i>Comprehensive layout Sign Board 2</i>	88
Gambar 62	<i>Final design Sign Board 1</i>	89
Gambar 63	<i>Final design Sing Board 1</i> tampak perspektif.....	89
Gambar 64	<i>Final design Sign Board 2</i>	91
Gambar 65	<i>Final design Sing Board 2</i> tampak perspektif.....	92
Gambar 66	<i>Rough layout</i> Spanduk alternatif 1.....	94
Gambar 67	<i>Rough layout</i> Spanduk alternatif 2.....	94
Gambar 68	<i>Comprehensive layout</i> Spanduk.....	95
Gambar 69	<i>Final design</i> Spanduk.....	95
Gambar 70	<i>Rough layout</i> Buku Menu alternatif 1.....	97
Gambar 71	<i>Rough layout</i> Buku Menu alternatif 2.....	98
Gambar 72	<i>Comprehensive layout</i> Buku Menu depan dan belakang.....	98
Gambar 73	<i>Comprehensive layout</i> Buku Menu tampak dalam.....	99
Gambar 74	<i>Final design</i> Buku Menu halaman depan dan belakang.....	99
Gmabar 75	<i>Final design</i> Buku Menu halaman tampak dalam.....	100
Gambar 76	<i>Final design</i> Buku Menu lipatan.....	100
Gambar 77	<i>Final design</i> Buku Menu lipatan.....	100
Gambar 78	<i>Rough layout</i> Packaging alternatif 1.....	105
Gambar 79	<i>Rough layout</i> Packaging alternatif 2.....	105
Gambar 80	<i>Comprehensive layout</i> Packaging	106
Gamabr 81	<i>Final design</i> Packaging	107
Gambar 82	<i>Final design</i> Packaging tampak perspektif.....	108
Gambar 83	<i>Rough layout</i> Stiker alternatif 1.....	111
Gambar 84	<i>Rough layout</i> Stiker alternatif 2.....	111
Gambar 85	<i>Comprehensive layout</i> Stiker.....	111
Gambar 86	<i>Final design</i> Stiker.....	112
Gambar 87	<i>Rough layout</i> ID Card alternatif 1.....	114
Gambar 88	<i>Rough layout</i> ID Card alternatif 2.....	114
Gambar 89	<i>Comprehensive layout</i> ID Card.....	114

Gambar 90	<i>Final design ID Card.....</i>	115
Gambar 91	<i>Rough layout Nomor Meja alternatif 1.....</i>	117
Gambar 92	<i>Rough layout Nomor Meja alternatif 2.....</i>	117
Gambar 93	<i>Comprehensive layout Nomor Meja.....</i>	117
Gambar 94	<i>Final design Nomor Meja.....</i>	118
Gambar 95	<i>Final design Nomor Meja tampak perspektif.....</i>	118
Gambar 96	<i>Rough layout Nota alternatif 1.....</i>	120
Gambar 97	<i>Rough layout Nota alternatif 2.....</i>	120
Gambar 98	<i>Comprehensive layout Nota.....</i>	121
Gambar 99	<i>Final design Nota.....</i>	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Karakter dan simbolisasi warna.....	21
Tabel 2 Menu-menu Restoran Ikan Bakar Gambiran.....	36
Tabel 3 Program Media, Perencanaan Media Promosi.....	51
Tabel 3 Estimasi Biaya Aplikasi Media Promosi.....	52
Tabel 4 Aplikasi analisis <i>SWOT</i> dalam perancangan media promosi.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Glosarium	130
Lampiran 2	<i>Final design</i>	132
Lampiran 3	Dokumentasi.....	140
Lampiran 5	Pedoman wawancara	142
Lampiran 6	Surat izin penelitian	144
Lampiran 7	Surat pernyataan wawancara	145

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
RESTORAN IKAN BAKAR GAMBIRAN
YOGYAKARTA**

**Endra Ahmad Rifai
NIM 07206241036**

ABSTRAK

Perancangan karya desain komunikasi visual ini bertujuan untuk penciptaan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran yang menarik, mudah dipahami, komunikatif dan tepat sasaran. Manfaat dari perancangan media promosi ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang Restoran Ikan Bakar Gambiran agar lebih dikenal, dan dapat meningkatkan nilai jual di daerah Yogyakarta.

Perancangan media promosi ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu pengumpulan data, analisis data dan perancangan. Proses pengumpulan data dengan cara wawancara dengan pengelola Restoran Ikan Bakar Gambiran dan dokumentasi foto, sedangkan proses analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strength (S)/ kekuatan, Weakness (W)/ kelemahan, Opportunities (O)/ peluang, dan Threats (T)/ ancaman*). Perancangan desain menitik beratkan kepada kreativitas, inovasi dan kemampuan menuangkan ide serta gagasan baru, proses ini melalui tiga tahapan yaitu *rough layout, comprehensive layout, final design* menggunakan metode pengerjaan secara manual (sketsa), perangkat *hardware* dan *software* komputer serta kamera digital.

Perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran dirancang dengan mengaplikasikan konsep “Bebakaran”, yaitu perancangan media dengan menampilkan warna dan *layout* yang mewakili bara api yang disajikan secara kreatif. Warna dominan yaitu oranye dan merah karena warna ini adalah ciri khas warna Restoran Ikan Bakar Gambiran. Konsep menghadirkan ilustrasi realis yang dipakai dalam perancangan ini berupa *product shot* dari menu yang disediakan Restoran Ikan Bakar Gambiran. Hasil dari perancangan media promosi ini ada 10 desain terdiri dari media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yaitu Iklan Surat Kabar dengan ukuran 6x8 cm berwarna, iklan Surat Kabar ini dipilih karena media ini dapat menjangkau *audience* secara luas, media pendukung berupa *Brosur, SignBoard* (papan petunjuk), Spanduk, Buku Menu, *Packaging* (kemasan), Stiker, *ID Card* (tanda pengenal), Nomor Meja dan Nota. Media-media komunikasi visual ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai Restoran Ikan Bakar Gambiran sehingga lebih dikenal masyarakat luas.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Yogyakarta merupakan Kota Wisata yang mempunyai predikat sebagai Kota Gudeg, Kota Budaya, dan Kota Pelajar. Kota Yogyakarta dikenal tidak hanya oleh masyarakat domestik tetapi sampai masyarakat mancanegara sebagai tujuan wisata. Hal inilah yang menyebabkan orang-orang memanfaatkan potensi tersebut sebagai alasan untuk membuka usaha di Yogyakarta. Salah satu bisnis yang sedang marak di Kota Yogyakarta yaitu bisnis restoran.

Menurut Marsum (2005 : 2) restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman. Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa restoran adalah tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial.

Restoran pada awalnya hanya sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan pangan saja, namun pada iklim globalisasi seperti saat ini restoran berkembang menjadi sarana rekreasi dan sosialisasi khususnya oleh masyarakat perkotaan. Restoran menjadi usaha yang sangat potensial di kalangan wirausahawan. Sebagai tempat yang menyediakan makanan, tentu saja restoran tidak akan pernah sepi dari pengunjung karena setiap orang pasti membutuhkan asupan makanan setiap harinya.

Salah satu restoran yang ada di Kota Yogyakarta yaitu restoran Ikan Bakar Gambiran, terletak di Jl. Perintis Kemerdekaan 62B Umbulharjo Gambiran, Yogyakarta. Restoran Ikan Bakar Gambiran didirikan oleh Bapak Abdul Kholik pada tanggal 25 September 2010. Menu yang disediakan oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran adalah berbagai macam ikan bakar, ikan goreng, ayam bakar, ayam goreng, *seafood*, *soup* ikan dan menu menu lainnya. Untuk hal menghadapi persaingan di dunia usaha, Restoran Ikan Bakar Gambiran ingin mencoba menciptakan pelayanan yang baik serta cita rasa yang berbeda dengan usaha lainnya dengan harapan mampu memuaskan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru lainnya.

Namun dewasa ini persaingan antar usaha sejenis yang semakin berkembang yang ditandai dengan tingginya tingkat komsumsi masyarakat terhadap makanan, yang merupakan urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan primer manusia. Untuk dapat unggul dan mampu mempertahankan usaha serta pelanggannya, maka promosi dan tingkat kualitas pelayanan harus diperhatikan dan konsisten. Dengan kata lain semakin baiknya promosi dan kualitas pelayanan semakin banyak pula hasil penjualan yang diperoleh selama usaha didirikan beraktivitas.

Alasan penulis mengambil kasus ini adalah karena Restoran Ikan Bakar Gambiran merupakan salah satu restoran yang tergolong masih baru yang ada di daerah Gambiran. Restoran Ikan Bakar Gambiran menyajikan menu khas berupa bermacam-macam menu masakan ikan bakar maupun goreng, selain itu menu-

menu lain yang ada di restoran ini terbilang lengkap dan harga yang relatif terjangkau bagi kalangan menengah keatas. Namun kendala yang ada adalah promosi yang dilakukan masih sangat minim, dan media promosi yang sudah ada yaitu *flyer* penempatan media ini hanya diberikan kepada pengunjung yang datang sehingga promosi kurang efektif. Desain yang digunakan dalam media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini masih terlalu banyak menggunakan teks dari pada menggunakan bahasa visual atau gambar yang dapat mewakili restoran, selebihnya promosi hanya dilakukan dari lewat mulut ke mulut sehingga masih banyak yang belum mengetahui keunggulan restoran ini. Penulis membuat perancangan media promosi ini dengan harapan mampu membuat media promosi yang lebih menarik, mudah dipahami, komunikatif dan tepat sasaran, dengan harapan mampu mendatangkan lebih banyak pelanggan ke restoran ini.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Restoran merupakan salah satu dari beragam tempat yang menjajakan makanan yang digemari oleh masyarakat.
2. Belum memiliki media promosi yang dapat memperkenalkan Restoran Ikan Bakar Gambiran kepada masyarakat.
3. Ragam menu-menu menarik yang disediakan di Restoran Ikan Bakar Gambiran.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah perancangan ini meliputi bagaimanakah konsep dan visualisasi perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran yang tepat, mendukung, dan mampu memberikan pesan yang komunikatif ?

D. Rumusan Masalah

1. Mendapatkan konsep perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran.
2. Memperoleh media promosi yang sesuai, efektif dan komunikatif bagi Restoran Ikan Bakar Gambiran.

E. Manfaat Perancangan

Hasil akhir dari perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini adalah memberikan informasi yang efektif, komunikatif, tepat sasaran, informatif dan dapat melekat dihati masyarakat, selain itu diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Mahasiswa

Sebagai sumber referensi bagi mahasiswa pendidikan seni rupa pada khususnya dan mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta pada umumnya, dalam menciptakan desain media promosi yang mudah dipahami dan tepat sasaran.

2. Universitas Negeri Yogyakarta

Sebagai sumber referensi, untuk kajian pengembangan desain komunikasi visual dan sebagai acuan dalam perancangan media promosi.

3. Restoran Ikan Bakar Gambiran

Melalui media promosi yang efektif, efisien dan komunikatif diharapkan mampu memperkenalkan Restoran Ikan Bakar Gambiran kepada masyarakat luas dan mampu mendatangkan lebih banyak pembeli sehingga meningkatkan pendapatan.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN

A. Perancangan Komunikasi Visual

Perancangan berasal dari kata dasar rancang yang berarti desain (kerangka bentuk, rancangan). Sedangkan kata “perancangan” sendiri mempunyai arti proses, cara atau perbuatan merancang (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2007 : 927). Perancangan adalah kegiatan awal dari suatu rangkaian kegiatan dalam proses pembuatan produk (Harsokusomo, 2000:1). Perancangan adalah proses pemecahan masalah yang disertai dengan pemikiran yang kreatif guna mencapai hasil yang optimal. Kata perancangan atau dalam bahasa Inggris, “*design*” mempunyai arti “*to plan and manage everything to be better*” merencanakan atau mengatur segala sesuatu agar menjadi lebih baik (Kamus Inggris-Indonesia, John M Echols dan Hasan Shadily, PT Gramedia Pustaka Utama).

Jadi dapat disimpulkan bahwa perancangan adalah proses, cara, perbuatan merancang dalam upaya mencari inovasi dengan menciptakan suatu produk baru yang memenuhi kriteria atau kondisi yang diinginkan yang besifat humaniora.

1. Komunikasi Visual

Komunikasi adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Manusia dapat berinteraksi satu dengan yang lainnya dengan berkomunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan pesan dan menerima pesan. Komunikasi manusia dilakukan dengan bahasa verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan pengucapan maupun bunyi-bunyian yang diterima oleh telinga (pendengaran)

sebagai sensasi dengar. Contoh dari komunikasi verbal adalah bahasa daerah, bahasa Indonesia dan sebagainya. Sedangkan komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang disampaikan secara visual dalam bentuk sumber yang dapat dipahami lewat penglihatan. Contoh dari komunikasi nonverbal adalah koran, majalah, buletin dan sebagainya.

Menurut Indrojarwo (2006: 2), desain komunikasi visual adalah suatu ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen desain yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta *layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.

Desain komunikasi visual merupakan bagian dari komunikasi nonverbal yang dapat dilihat sebagai media penyampai pesan. Desain merupakan hal-hal yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas. Komunikasi merupakan ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan. Sedangkan visual adalah sesuatu yang dapat dilihat (Kusrianto, 2007:3).

Menurut beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari cara menyampaikan pesan dengan ungkapan daya kreativitas melalui media yang kasat mata. Pengolahan elemen-elemen desain grafis seperti gambar (ilustrasi), huruf atau tipografi, warna, komposisi dan *layout* dalam desain komunikasi visual dilakukan guna

menyampaikan pesan kepada sasaran yang dituju baik yang berbentuk visual, audio, maupun *audiovisual*. Jadi Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target *audience* sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedang Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (baik sosial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi).

a. Elemen-Elemen Desain

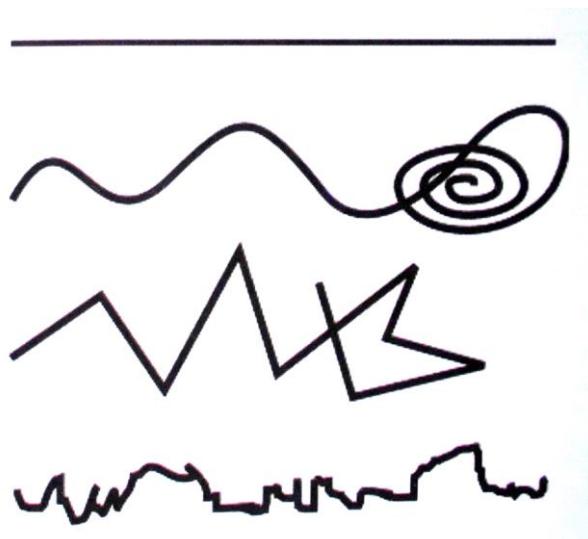
Menurut Rakhmat Supriyono (2010:57), dalam pembuatan sebuah desain perlu mengenal materi-materi dasar dan tahu cara penataannya sehingga dapat menghasilkan komposisi desain yang harmoni, menarik, komunikatif, dan menyenangkan pembaca. Berikut elemen-elemen desain yang perlu kita ketahui terdiri dari :

1) Garis (*Line*)

Garis dianggap sebagai unsur visual yang berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk

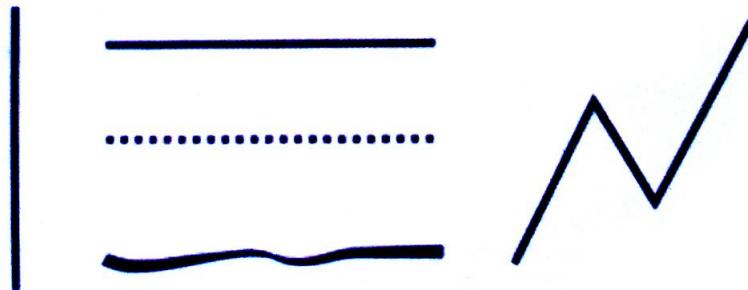
lurus, lengkung, gelombang, zig-zag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan (Indrojarwo 2006:30).

Menurut Rakhmat Supriyono 2010:58, wujud garis sangat bervariasi, tergantung pada pemanfaatannya sesuai dengan kebutuhan dan citra yang diinginkan. Garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal, garis lengkung membari kesan lembut dan luwes, garis zig-zag terkesan keras dan dinamis, dan garis tak beraturan punya kesan fleksibel dan tidak formal.



Gambar 1: ***Garis lurus, bergelombang, zig-zag, dan tidak beraturan.***
 (Sumber : Rakhmat Supriyono, 2010: 58)

Arah garis juga dapat diatur sesuai dengan citra yang diinginkan. Garis-garis mendatar (*horizontal*) memiliki kesan pasif, tenang dan damai, sedangkan garis-garis tegak (*vertikal*) memiliki kesan stabil, gagah, elegan, sementara garis-garis miring (*diagonal*) memiliki kesan aktif, dinamis, bergerak dan menarik perhatian.



Gambar 2: *Garis tegak, mendatar, dan miring.*
 (Sumber : Rakhmat Supriyono, 2010: 59)

2) Bidang (*shape*)

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang non-geometri (tidak beraturan). Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur keluasannya, sedangkan bidang non-geometri merupakan bidang yang relatif sukar untuk diukur keluasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih (Indrojarwo 2006:30).

3) Warna (*Color*)

Warna adalah kualitas dari mutu cahaya yang dipantulkan suatu obyek ke mata manusia. Setiap warna memiliki daya tarik yang berbeda-beda, dalam penggunaannya diharapkan menciptakan keserasian dan membangkitkan emosi (Wirya, 1999:26). Warna adalah sebutan perasaan yang dihasilkan oleh rangsangan mata karena kekuatan gelombang panjang dari sumber cahaya tertentu, misalnya dari cahaya matahari, bintang, api dan sebagainya, yang sangat

bermanfaat sebagai unsur komunikasi untuk menghasilkan daya tarik visual. Dengan demikian, peranan warna pada media sangat efektif untuk menyampaikan pesan dan gagasan. Warna sebagai unsur rupa merupakan sarana ekspresi yang memberi kesan indah dan irama, khususnya pada tampilan fisik media. Jika warna disusun dengan rapi, teratur, serta dikomposisikan secara harmonis, maka media akan terlihat indah dan menarik perhatian dan jika warna itu dipakai untuk tujuan dan sasaran yang tepat, maka warna tersebut akan mampu mengangkat karakteristik media menjadi lebih spesifik (Danger, 1992:65).

4) Gelap-terang (*value*)

Perbedaan nilai gelap-terang dalam desain grafis disebut *value*. Salah satu cara untuk menciptakan kemudahan baca adalah dengan menyusun unsur-unsur visual secara kontras gelap-terang. Kontras *value* bersifat relatif, sangat dipengaruhi oleh *background* dan elemen-elemen lain sekitarnya. Kontras *value* dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi, sekaligus menciptakan citra. Penggunaan warna-warna yang kurang kontras (*low contrast value*) dapat menciptakan kesan kalem, damai, statis, dan tenang. Sebaliknya, komposisi warna-warna kontras (*high contrast value*) memberikan kesan dinamis, enerjik, riang, dramatis, dan bergairah (Rakhmat Supriyono 2010:78).

5) Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan halus, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan

tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Sementara pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan, bila dilihat tampak kasar, tetapi ketika diraba ternyata terasa halus. Dalam penerapannya, tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang, serta intensitas warna (Indrojarwo 2006:32).

6) Ukuran (Size)

Ukuran adalah unsur lain dalam desain yang mendefinisikan besar kecilnya suatu obyek. Dengan menggunakan unsur ini dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada obyek desain anda sehingga orang akan tahu mana yang akan dilihat atau dibaca terlebih dahulu (Rakhmat Supriyono 2010:85).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen desain berfungsi sebagai bahan untuk membuat suatu desain. Dalam perancangan media promosi elemen-elemen desain berfungsi untuk mewujudkan suatu tampilan visual, karena dalam suatu desain memerlukan garis, bidang, warna, gelap-terang dan tekstur untuk menjadi satu kesatuan desain yang harmoni, menarik, komunikatif dan mudah dipahami oleh *audience*.

b. Prinsip-Prinsip Desain

Menurut Rakhmat Supriyono (2010:87-97), ada prinsip-prinsip dalam desain, yaitu:

1) Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan atau *balance* adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun *optic*. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek di

bagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada dua pendekatan untuk menciptakan *balance*, yaitu:

a) Keseimbangan formal (*formal balance*)

Yaitu dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara.

b) Keseimbangan asimetris (*informal balance*)

Penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan sisi kanan namun terasa seimbang. Tidak hanya dengan ukuran, pencapaian keseimbangan asimetris juga dapat dilakukan melalui penyusunan garis, warna, *value*, bidang, dan tekstur dengan menperhitungkan bobot visualnya.

2) Tekanan (*emphasis*)

Tekanan atau *emphasis* adalah penekanan atau penonjolan informasi yang dianggap penting untuk disampaikan ke audiens melalui elemen visual yang kuat, antara lain dengan menggunakan warna yang mencolok, ukuran foto/ilustrasi dibuat paling besar, menggunakan huruf *sans serif* ukuran besar, arah diagonal, dan dibuat berbeda dengan elemen-elemen lain.

3) Irama (*rhythm*)

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

4) Kesatuan (*unity*)

Kesatuan atau *unity* adalah prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun agar keseluruhannya tampak harmonis. Unsur-unsur tampak harmonis jika ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain yang lainnya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip desain berfungsi untuk mengkomposisikan *layout* agar terlihat harmonis. Dalam perancangan media promosi ini prinsip-prinsip desain berguna untuk mengkomposisikan *layout* agar terlihat menarik dan berhasil menarik perhatian *audience*, dan menciptakan ide-ide kreatif yang unik, tetapi tetap menjaga nilai kemudahan baca (*readability*).

c. Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual

Untuk menghasilkan desain yang berkualitas diperlukan berbagai pertimbangan dalam mengorganisasikan elemen-elemen desain komunikasi visual sesuai dengan prinsip-prinsip desain. Dimana lebih lanjut elemen-elemen desain komunikasi visual itu adalah :

1) Huruf (Tipografi)

Tipografi (*typography*) adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf (Hendratman, 2008: 65). Tipografi sama dengan menata huruf yang merupakan unsur penting dalam sebuah karya desain komunikasi visual untuk mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Santosa, 2002:108). Secara umum tipografi diartikan seni mencetak dengan menggunakan huruf, seni menyusun huruf dan cetakan dari huruf atau penyusunan bentuk dengan gaya-gaya huruf. Tipografi sama dengan menata huruf yang merupakan unsur penting

dalam sebuah karya desain komunikasi visual untuk mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Santosa, 2002 : 108). Menurut Rakhmat Supriyono 2010:25, cara mengenali huruf antara lain dapat dilihat dari periode pembuatannya.

Berdasarkan sejarah perkembangannya, huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau *style*, yaitu :

a) Huruf Klasik (*Classical Typeface*)

Huruf yang memiliki kait (*serif*) lengkung ini juga disebut *Old Style Roman*, banyak digunakan untuk desain-desain media cetak di Inggris, Italia, dan Belanda pada awal teknologi cetak (1617). Bentuknya cukup menarik dan sampai sekarang masih banyak digunakan untuk teks karena memiliki kemudahan baca (*readability*) cukup tinggi. Salah satu contoh gaya huruf ini adalah *Garamond* (diciptakan oleh Claude Garamond, Perancis, 1540), memiliki kait (*serif*) sudut lengkung, dan tebal tipis yang kontras.

b) Huruf Transisi (*Transitional*)

Hampir sama dengan huruf *Old Style Roman*, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki sedikit perbedaan tebal tipis pada tubuh huruf (*garis vertikal tebal*). *Font* yang termasuk jenis transisi, sering dipakai untuk judul (*display*). Huruf ini mulai banyak digunakan sejak 1757.

c) Huruf *Modern Roman*

Sebutan “*modern*” barangkali kurang relevan karena huruf ini sudah digunakan sejak tiga abad lalu (1788). Huruf huruf yang termasuk dalam *Modern Roman* antara lain Bodoni (oleh Giambattisa Bodoni, Italia, 1767) dan Scotch

Roman. Huruf ini sudah jarang digunakan untuk teks karena ketebalan tubuh huruf sangat kontras, bagian yang vertikal tebal, garis-garis horizontal dan serifnya sangat tipis sehingga untuk teks berukuran kecil agak sulit dibaca dan bahkan sering tidak terbaca. Apalagi jika dicetak negatif teks putih diatas latar hitam maka sering kali bagian yang tipis tidak terlihat.

d) Huruf *Sans Serif*

Jenis huruf *Sans Serif* sudah dipakai sejak awal tahun 1800. Disebut *Sans Serif* karena tidak memiliki kait atau kaki. Salah satu ciri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebalnya. Contoh huruf *Sans Serif* yang populer, antara lain *Arial*, *Helvetica*, *Univers*, *Futura*, dan *Gill Sans*. Huruf *Sans Serif* sesungguhnya kurang tepat digunakan untuk penulisan judul atau teks yang pendek. Meskipun demikian huruf *Sans Serif* sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel.

e) Huruf Berkait Belok (*Egyptian Slab Serif*)

Huruf *Egyptian* memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan tubuh huruf sehingga terkesan elegan, jantan, dan kaku. Jenis huruf ini berkembang di Inggris pada tahun 1895, ketika masyarakat terpesona pada kebudayaan Mesir (*Egyptian*). Oleh karena itu, sebutan “*Egyptian*” melekat pada nama huruf ini.

f) Huruf Tulis (*Script*)

Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*Hand Writing*), sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks yang panjang. Apalagi jika digunakan *all capital* maka sangat tidak nyaman untuk dibaca.

g) Huruf Hiasan (*Decorative*)

Huruf dekoratif bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat digunakan untuk teks panjang. Huruf ini lebih cocok dipakai untuk satu kata atau judul yang pendek.

2) Teks

Menurut kamus besar bahasa Indonesia teks merupakan naskah yang berupa kata-kata asli dari pengarang atau bahan tertulis untuk memberikan pelajaran, berpidato dan lain sebagainya. Bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana jelas, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya, selain itu perlu diperhatikan ukuran termasuk jarak antar huruf dan ukurannya termasuk jarak antar huruf, kata, baris dan lebar paragraf (Rakhmat Supriyono, 2009: 28). Teks merupakan salah satu aspek desain komunikasi visual yang sangat penting selain ilustrasi karena juga memberikan segala informasi yang dibutuhkan konsumen. Teks atau *copywriting* dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu :

- a) *Headline* juga disebut dengan judul atau kepala tulisan, merupakan bagian terpenting yang dapat membangkitkan keingintahuan pembaca dan mampu menarik perhatian. Sebuah judul juga harus bisa berfungsi mengkombinasikan watak sebuah tulisan (Kusmiati. 1999 : 17).
- b) *Sub Headline* atau sub judul merupakan pelengkap dan keterangan dari judul untuk memperjelas judul atau makna judul. *Sub Headline* menurut Pujiriyanto 2000:16, dapat diklasifikasikan menjadi delapan yaitu:

- (1) *Identification Headline*: langsung menyebutkan identitas atau nama merek dari produk atau jasa yang ditawarkan.
- (2) *Advice or Benefit Headline*: memberi janji, nasehat, manfaat atau mengarahkan tentang kelebihan produk atau jasa secara langsung.
- (3) *Information or News Headline*: berisi berita atau informasi tentang produk atau jasa.
- (4) *Selective Headline*: penawaran secara langsung kepada konsumen khusus yang menjadi sasaran pesannya.
- (5) *Command Headline*: bersifat anjuran atau perintah kepada konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
- (6) *Question Headline*: dikemukakan dengan gaya bahasa bertanya.
- (7) *Curiosity or provocative Headline*: untuk membangkitkan kecemasan dan ketakutan pada pemirsa bila tidak menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.
- (8) *Boast Headline*: membesar-besarkan atau melebih-lebihkan keunggulan produknya.
- c) *Body copy* merupakan penjelasan dan memberitahukan secara lengkap tentang produk atau jasa yang ditawarkan , dimana *body copy* merupakan penjabaran logis pada *headline*. *Body copy* juga dapat disebut dengan naskah , dimana naskah merupakan kalimat yang menerangkan lebih rinci tentang isi pesan yang ingin disampaikan, berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap, berpikir, dan bertindak lebih lanjut (Pujiriyanto, 2005:39).

- d) *Caption* merupakan tulisan yang menerangkan gambar. *Caption* menunjukkan dan menceritakan apa yang ada dari suatu realita, yang bisa memperhatikan, menceritakan, sehingga dapat membantu pembaca agar bisa menyimpulkan objek yang dibacanya (Kusmiati. 1999 : 23).
- e) Slogan merupakan kata – kata yang pada umumnya digunakan untuk lebih meyakinkan dan memperkuat sikap calon pembeli untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan. Slogan dapat berupa kalimat sederhana dan mudah diingat (Kasali 1995:32).
- f) *Closing Word* merupakan kalimat pendek yang jelas, singkat, jujur, dan jernih yang bertujuan untuk mengarahkan pembaca dalam membuat keputusan (Pujiriyanto, 2005:41).
- g) *Splash* Unsur ini memperkuat sarana promosi, dengan tampilan yang menyolok dan mengejutkan. Pendekatan desain dengan unsur tersebut banyak digunakan dalam iklan-iklan yang ditujukan kepada kalangan menengah ke bawah, dimana kalangan tersebut mudah tertarik pada hal-hal yang berbau kejutan (Pujiriyanto, 2005:41).

3) Logo (*Logotype*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2003: 838) Logo merupakan huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan sebagainya. Sedangkan *logotype* adalah kepingan atau pelat yang memuat merek, nama, atau ungkapan yang sering dipakai misalnya pada surat kabar.

Logo berasal dari bahasa Yunani *logos*, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Logo dapat menggunakan elemen apa saja, misalnya tulisan, logogram, ilustrasi, dan lain-lain. Logo merupakan elemen gambar/ simbol pada identitas visual (Rustan, 2009: 12). Menurut Kusrianto (2007:232), logo atau tanda gambar (*picture mark*) merupakan identitas yang digunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. *Logotype* atau tanda kata (*word mark*) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus atau menggambarkan cirri khas secara komersial.

4) Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa latin yaitu *ilustrare* yang berarti menerangkan atau memperlihatkan sesuatu, ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, musik yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu (Santosa, 2002 : 57). Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2007: 110). Ilustrasi dapat menyemarakkan halaman-halaman buku atau media lainnya sebagai karya seni yang memiliki nilai estetis. Bentuk gambar ilustrasi dapat berupa foto, karikatur, kartun, potret manusia, binatang, dan tumbuh-tumbuhan. Fungsi dari ilustrasi adalah untuk menarik perhatian publik guna mendorong dan mengembangkan gagasan dalam bentuk cerita realistik, dapat menumbuhkan suasana emosional karena ilustrasi lebih mudah dipersepsi atau diserap dari pada tulisan (Kusmiati, 1999 : 44).

5) Warna

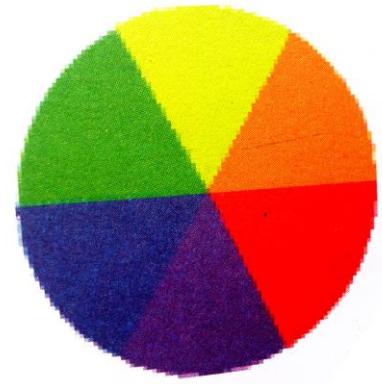
Warna adalah suatu hal yang penting dalam menentukan respons dari orang, warna adalah hal pertama yang dilihat oleh seseorang. Setiap warna akan memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung dari latar belakang pengamatnya, ilmu tentang warna disebut juga “Chromatics” (Nugroho, 2008:1). Warna adalah faktor yang sangat penting dalam komunikasi visual. Warna dapat memberikan dampak psikologis, sugesti, suasana bagi yang melihatnya (Hendratman, 2008: 43).

Menurut Rakhmat Supriyono 2010:72, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

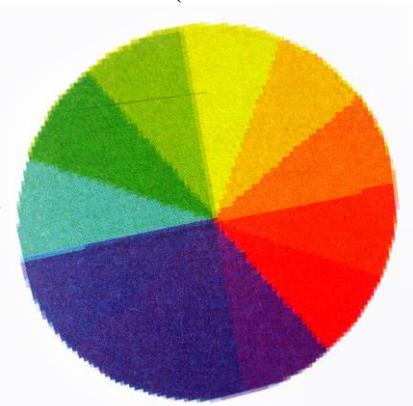
- a) *Hue* yaitu pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya.
- b) *Value* yaitu terang dan gelapnya warna.
- c) *Intensity* yaitu tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

Berdasarkan *Hue*, warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

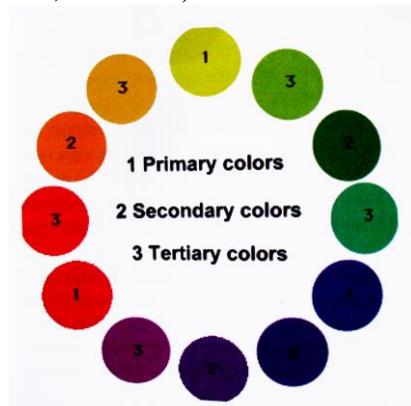
- a) Warna primer (*primary colors*) terdiri dari merah, kuning, dan biru.
- b) Warna sekunder (*secondary colors*), merupakan campuran dua warna primer dengan perbandingan seimbang (1 : 1), menghasilkan warna *orange* (merah + kuning), hijau (kuning+biru), dan ungu (biru+merah). Jika warna primer dicampur dengan sekunder akan terjadi warna-warna tersier (*tertiary colors*), yaitu kuning-*orange*, merah-*orange*, merah-ungu, biru-ungu, biru-hijau, dan kuning-hijau.

Gambar 3: *Warna primer.*Gambar 4: *Warna sekunder.*

(Sumber : Rakhmat Supriyono, 2010: 72)

Gambar 5: *Warna tersier.*

(Sumber : Rakhmat Supriyono, 2010: 73)

Gambar 6: *Lingkaran warna.*

(Sumber : Rakhmat Supriyono, 2010: 73)

Berikut adalah Karakter dan Simbolisasi yang dimiliki oleh warna menurut (Sanyoto, 2005, 38-41) :

Tabel 1 : Karakter dan simbolisasi warna

Warna	Makna
Kuning	Asosiasi pada sinar matahari, bahkan pada matahari itu sendiri. Memiliki karakter terang, gembira, ramah, supel, riang, cerah. Kuning simbol dari kecerahan, kehidupan, kemenangan, kegembiraan, kemeriahan, kecermelangan. Jika kuning tua atau kehijauan maka mengasosiasikan sakit, penakut, iri, cemburu, bohong, luka. Jika kuning keemasan melambangkan keagungan, kemewahan, kejayaan, kemegahan, kemuliaan, kekuatan.

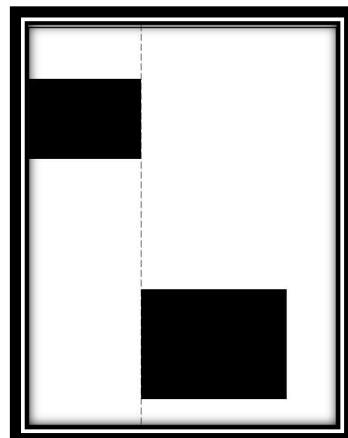
Jingga	Asosiasi pada awan jingga yang terlihat pada pagi hari sebelum matahari terbit, menggambarkan gelap malam menuju terbitnya matahari, sehingga melambangkan kemerdekaan, anugrah, kehangatan. Karakternya memberikan dorongan, merdeka, anugerah, bahaya.
Merah	Asosiasi pada darah, dan juga api. Memiliki karakter yang kuat, enerjik, marah, bahaya, positif, agresif, merangsang, panas. Warna ini paling popular pada wanita. Jika merah sebagai api melambangkan keberanian, kekuatan, kemarahan. Jika merah sebagai darah berarti peperangan, kekejaman, sadisme. Jika merah berubah menjadi muda memiliki arti kesehatan, kebugaran, keharuman.
Ungu/ <i>Purple</i>	Ungu adalah warna antara biru dan merah namun cenderung kemerahan. Memiliki watak keangkuhan, kebesaran, kekayaan. Ungu merupakan warna yang digemari oleh raja-raja kuno karena lambang kebesaran, kejayaan, keinginan, kebangsawanahan.
Violet	Violet adalah warna antara biru dan merah namun cenderung kebiruan. Memiliki makna dingin, <i>negative</i> , diam, melankolis, kesusahan, kesedihan, belasungkawa, bahkan bencana.
Biru	Asosiasi pada air, laut, langit, di barat pada es. Memiliki watak dingin, pasif, melankolis, sayu, sendu, sedih, tenang, berkesan jauh, tetapi cerah. Melambangkan langit, surga, kayangan, keagungan, keyakinan, keteguhan iman, darah biru, kebangsawanahan, kesetiaan, kebenaran, kemurahan hati, kecerdasan, perdamaian.
Hijau	Asosiasi pada hijaunya alam, tumbuh-tumbuhan, sesuatu yang hidup dan berkembang. Memiliki karakter segar, muda, hidup, tumbuhan, dan beberapa hampir sama dengan warna biru. Hijau melambangkan kesuburan, kesetiaan, keabadian, kebangkitan, kesegaran, kemudaan, keremajaan, keyakinan, kepercayaan, keimanan, pengharapan, belum berpengalaman.

Putih	Asosiasi pada salju, menyerah (di barat), di Indonesia pada sinar putih berkilauan, pada kain kafan sehingga dapat menakutkan pada anak-anak. Melambangkan sinar kesucian, kemurnian, kekanak-kanakan, kejujuran, ketulusan, kedamaian, ketenteraman, kebenaran, kesopanan, kehalusan, kelembutan, kewanitaan, keadaan tak bersalah.
Hitam	Asosiasi pada kegelapan malam, kesengsaraan, bencana, perkabungan, kebodohan, misteri, ketiadaan, keputusasaan. Memiliki karakter menekan, tegas, dalam, “ <i>depressive</i> ”. Melambangkan kesedihan, kesedihan, malapetaka, kesuraman, kegelapan, bahkan kematian, teror, kejahatan, keburukan ilmu sihir, kesalahan, kekejaman, kedurjanaan, dan lain-lain.
Abu-abu	Asosiasi pada suasana suram, mendung, kelabu tidak ada cahaya yang bersinar. Wataknya antara warna hitam dan putih, pengaruh emosi berkurang dari putih, tetapi terbebas dari tekanan berat warna hitam, sehingga wataknya lebih menyenangkan, walau masih membawa watak-watak warna hitam dan putih. Cocok untuk latar belakang semua warna, terutama warna-warna pokok merah, biru, kuning.
Coklat	Asosiasi pada tanah, atau warna natural. Memiliki karakter kedekatan hati, sopan, arif, bijaksana, hemat, hormat. Simbol kesopanan, kearifan, kebijaksanaan, kehormatan.

5) *Layout* (tata letak)

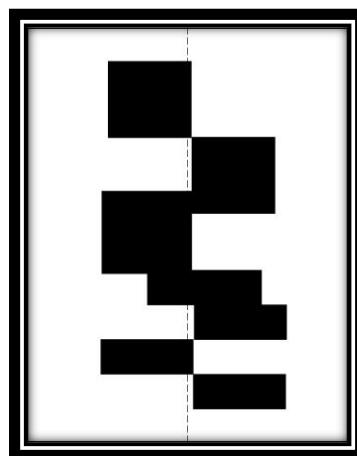
Layout merupakan penempatan unsur-unsur komposisi. *Layout* adalah perpaduan warna, ilustrasi dan tipografi hingga terbentuklah sebuah desain sesuai dengan tema atau *image* yang ingin dibentuk (Indrojarwo 2006:308), ada beberapa tipikal metode *layout* iklan, yaitu:

- a) *Axial* : Elemen-elemen promosi diletakkan berdasarkan sebuah sumbu yang diletakkan pada posisi tertentu di halaman material promosi. Pada metode ini akan ditempatkan banyak bidang kosong.



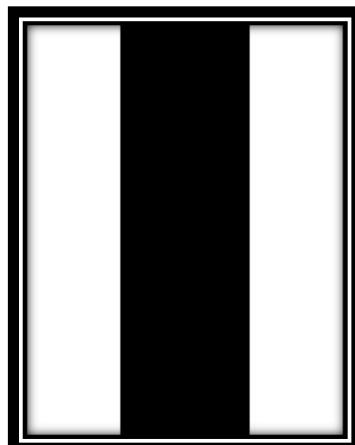
Gambar 7: *Layout Axial*
(Sumber : Indrojarwo, 2006: 308)

- b) *Group* : *Layout* ini menggunakan sejumlah elemen berupa foto yang diletakkan berkelompok dalam suatu titik konsentrasi pandang dan halaman iklan. Tujuannya adalah untuk memberikan satu pusat perhatian.



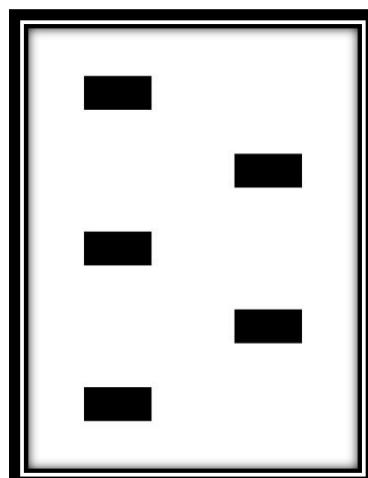
Gambar 8: *Layout Group*
(Sumber : Indrojarwo, 2006: 308)

- c) *Band* : Elemen iklan dipasang membentang seperti sabuk, tetapi letaknya membujur secara vertikal. Tipikal tersebut memberikan *blooming* materi setinggi halaman iklan.



Gambar 9: *Layout Band*
(Sumber : Indrojarwo, 2006: 308)

- d) *Path* : Metode ini menyebarkan materi, baik berupa foto maupun teks secara zig-zag seluas halaman iklan. Secara estetika, model ini membuat mata pembaca cepat capek, tetapi dalam trik tertentu halaman iklan itu mendapatkan perhatian merata pada permukaan halaman.



Gambar 14: *Layout Path*
(Sumber : Indrojarwo, 2006: 308)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen desain komunikasi visual berfungsi sebagai komposisi dalam desain media komunikasi visual. Sebab dalam perancangan desain media komunikasi visual harus ada elemen-elemen desain komunikasi visual yang baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip desain. Dalam perancangan media promosi ini elemen-elemen desain komunikasi visual digunakan sebagai pedoman dalam mengkomposisikan desain media promosi yang akan dibuat, agar desain yang dibuat dapat sesuai dengan prinsip-prinsip desain sehingga desain dihasilkan tampak menarik sehingga dapat menarik perhatian *audience*. Dalam perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini menggunakan elemen-elemen desain komunikasi visual yang sesuai dengan prinsip-prinsip desain dalam setiap desain yang dibuat.

B. Media Promosi

1. Pengertian Media Promosi

Media adalah alat/sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk yang terletak di antara dua pihak (Alwi, 2002 : 726). Media juga merupakan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar atau foto (Pujiriyanto, 2005 : 15).

Landasan pemikiran dalam pemilihan media adalah kemampuan untuk menjangkau massa, kapasitas informasi yang dapat diemban media, target *audience* (Ananda, 1978:10). Promosi berarti pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media (Kasali.1995:9).

Promosi merupakan sarana komunikasi terhadap produk yang disampaikan melalui dengan berbagai media dengan biaya pemrakarsa agar masyarakat tertarik untuk menyetujui dan mengikuti (Pujianto. 2001:3). Promosi merupakan media informasi yang dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat khalayak, orisinal, serta memiliki karakteristik tertentu dan persuasif sehingga para konsumen dan khalayak secara suka rela terdorong untuk melakukan suatu tindakan yang diinginkan pengiklan (Jefkins, 1997:18).

Fungsi Promosi dalam pemasaran adalah memperkuat dorongan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk untuk mencapai pemenuhan kepuasannya. Agar promosi berhasil merangsang tindakan pembeli, menurut Djayakusumah (1982:60) setidaknya harus memenuhi kriteria AIDCDA yaitu *attention* mengandung daya tarik, *interest* mengandung perhatian dan minat, *desire* memunculkan keinginan untuk mencoba atau memiliki, *conviction* menimbulkan keyakinan terhadap produk, *decision* menghasilkan kepuasan terhadap produk, *action* mengarah tindakan untuk membeli.

2. Jenis-Jenis Media Promosi

Menurut Rendra Widyatama (2005:76), pembagian media promosi secara umum dikelompokkan dalam dua kategori besar yaitu, iklan *above the line* dan iklan *below the line* adalah media yang bersifat massa. Massa yang dimaksud adalah bahwa khalayak sasaran berjumlah besar, antara satu sama lain tidak saling kenal dan pesan iklan yang disampaikan secara serempak.

a. Media lini atas (*above the line media*)

Media lini atas adalah kelompok media promosi yang memerlukan media luar ruang adalah melalui sarana media komunikasi massa, misalnya media cetak (iklan surat kabar, iklan majalah, poster dan sebagainya), media elektronik baik media audio maupun audio visual (radio, televisi, film, video, dan sebagainya), serta media luar ruang atau *outdoor media* (*billboard, spanduk, neon sign, painted bulletin* dan sebagainya). Pada umumnya biro iklan bersangkutan mendapat komisi karena pemasangan iklan tersebut (Kusmiati 1999:23). Berikut ini beberapa contoh media lini atas (*above the line media*) :

1) Iklan Surat Kabar

Adalah iklan berarti berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Surat kabar berarti berita atau surat berkala terbit harian. Iklan surat kabar berarti berita atau pesan yang terbit harian untuk mendorong khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan (Badudu,1996 :969).

2) Media Televisi

Media Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat politis bisa pula informatif, hiburan dan pendidikan. Penyampaian isi pesan melalui televisi adalah langsung antara komunikator dan komunikan. Informasi yang disampaikan oleh televisi mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual. (<http://gunawanwibisono.wordpress.com>, diunduh tanggal 28 November 2011).

3) Media Internet

Media Internet adalah sebuah jaringan komputer global, yang terdiri dari jutaan komputer yang saling berhubungan dengan menggunakan protokol yang sama untuk berbagi informasi secara bersama (Supriyanto, 2005:3).

4) Poster

Poster adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar yang berisi pesan – pesan atau informasi kesehatan yang biasanya di tempel di tembok – tembok, di tempat – tempat umum atau di kendaraan umum. Sifat sebuah poster adalah mencari perhatian mata sekuat mungkin. Poster bisa menjadi sarana iklan, pendidikan, propaganda, dan dekorasi. Selain itu bisa pula berupa salinan karya seni terkenal. (<http://belajarsemangatz.blogspot.com/>, diunduh tanggal 28 November 2011).

b. Media lini bawah (*below the line media*)

Merupakan kelompok media promosi yang tidak memerlukan media luar ruang, artinya tidak melibatkan pemasangan iklan pada media komunikasi massa atau tidak memberikan komisi kepada perusahaan iklan. Media lini bawah sering dijadikan pilihan kegiatan berpromosi yang memerlukan gerak cepat dengan anggaran terbatas, terutama dalam menaikkan angka penjualan (*direct selling*) secara dramatik. Kelebihan dari media lini bawah adalah efektivitas waktu dan kecepatan penyampaian informasi kepada khalayak sasaran, penguatan citra yang relatif tanggap di benak konsumen, nilai finansial yang dikeluarkan lebih ekonomis, timbal balik dan reaksi khalayak sasaran terhadap kegiatan berpromosi

melalui media lini bawah cukup menjanjikan (Kusmiati 1999:23). Berikut ini beberapa contoh media lini bawah (*below the line media*) :

- 1) Folder adalah lembaran bahan cetakan yang dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar mudah dibawa. Atau bisa juga dilipat dengan gaya *concertina* sehingga membentuk beberapa halaman terpisah tanpa perlu di potong (Kusrianto, 2007:331).
- 2) *Postcard* (kartu pos), kartu artinya kertas tebal, berbentuk persegi panjang untuk berbagai keperluan, hampir sama dengan karcis. Kartu pos adalah kartu yang digunakan untuk surat-menyurat melalui pos. (Alwi, 1990:510).
- 3) Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang di susun secara bersistem. Brosur juga bisa diartikan cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa di jilid. Atau juga bisa diartikan selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi. (Alwi Hasan, 2002:16).
- 4) *Katalog* adalah sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar, ukurannya bermacam-macam, mulai dari sebesar saku sampai sebesar buku telepon, tergantung keperluan bisnisnya (Kusrianto 2007:331).
- 5) *SignBoard* adalah papan tanda atau papan yang memuat pesan/petunjuk, sering digunakan untuk mempromosikan/ mengiklankan produk, acara , rumah untuk dijual dan sebagainya. Kadang juga digunakan untuk tanda peringatan atau kepentingan pendidikan (<http://senirupadipo.multiply.com>, diunduh tanggal 19 November 2011).

- 6) *X-Banner* adalah media komunikasi grafis yang dibuat dari kertas dan dipasang dengan direntangkan dengan plastik yang berbentuk X sebagai penyangga (Pujirianto,2005:22).
- 7) Stiker merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel. Bisa ditempel di mana saja. Stiker juga kadang-kadang memiliki nilai kebanggaan tersendiri bagi pemasangnya, (Kusrianto :2007:334).

C. Restoran Ikan Bakar Gambiran

Restoran Ikan Bakar Gambiran didirikan oleh Bapak Abdul Kholik pada tanggal 25 September 2010, karena terbilang baru berdiri sehingga sebagian besar masyarakat belum begitu mengenal Restoran Ikan Bakar Gambiran ini. Bapak Kholik tidak sendiri dalam mengelola restoran ini, karena kesibukan beliau maka pengelolaan restoran diserahkan kepada Bapak Amri Harjanto sebagai pengelolanya. Restoran Ikan Bakar Gambiran memiliki 15 karyawan tetap.

Restoran Ikan Bakar Gambiran termasuk *Family Type Restaurant* yaitu restoran sederhana yang diperuntukkan bagi keluarga yang menghidangkan makanan dan minuman dengan harga yang relatif terjangkau. Terletak di jalan Perintis Kemerdekaan nomor 62 B Gambiran, Umbulharjo, Yogyakarta. Konsep dasar dari Restoran Ikan Bakar Gambiran adalah tradisional dan minimalis, dengan memadukan antara konsep restoran *modern* dan tempat lesehan, restoran ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Menu yang disediakan

restoran ini yaitu aneka ikan bakar, ikan goreng, ayam bakar maupun goreng, *seafood*, aneka *soup* ikan dan menu-menu lainnya. *Audience* yang dituju adalah pria atau wanita usia 17-50 tahun, status sosial menengah ke atas dan memiliki karakter menyukai makanan olahan ikan dan *seafood*.

Restoran Ikan Bakar Gambiran menyediakan dua tempat yang berbeda dalam satu kompleks bangunan. Meja dan kursi kayu dengan desain minimalis menambah keselaran konsep pada restoran ini. Namun, bagi pengunjung yang ingin menikmati makan sambil bersantai dapat memilih tempat lesehan. Tempat yang diperuntukkan untuk lesehan ini adalah sebuah bangunan dua lantai semi permanen yang terbuat dari bambu.

D. Metode Perancangan

1. Pra Perancangan

Tahapan dalam perancangan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mendapatkan segala informasi yang akan digunakan sebagai dasar dalam kegiatan ini diperlukan data-data, sebagai berikut:

a. Data Verbal

Nama Restoran Ikan Bakar Gambiran diambil dari nama tempat dimana restoran ini didirikan yaitu di kelurahan Gambiran, Umbulharjo. Hal ini dipilih karena pemilik restoran mempunyai tujuan agar setiap orang yang ketika pertama kali mendengar nama Restoran Ikan Bakar Gambiran langsung dapat menerka dan mengetahui dimana restoran ini berada. Sedangkan nama “Ikan Bakar” diambil dari menu-menu dari restoran ini sendiri yang menjadikan ikan bakar sebagai

menu utama yang disediakan oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran. Konsep dasar dari restoran ini adalah tradisional dan minimalis, dengan memadukan antara konsep restoran *modern* dan tempat lesehan, restoran ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Konsep minimalis akan langsung terlihat melalui konsep bangunan yang mengkombinasikan warna oranye dan warna merah sebagai warna dominan.

Promosi yang telah dilakukan oleh pihak Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu media promosi yang dibuat masih sangat minim dan sebagiannya hanya promosi dari mulut ke mulut. Pengelola Restoran Ikan Bakar Gambiran menyatakan bahwa promosi tersebut masih belum begitu menunjukkan hasil yang signifikan. Sehingga pengelola berharap adanya inovasi promosi lebih lanjut agar Restoran Ikan Bakar Gambiran lebih dapat diminati oleh masyarakat luas. Target utama promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran adalah keluarga, pekerja kantor, dan pegawai. Diperuntukkan bagi setiap pria dan wanita berusia antara 17 hingga 50 tahun. Pengelola restoran ini menyatakan bahwa sasaran konsumen yang dituju adalah untuk kelas sosial menengah keatas dalam lingkup daerah Kota Yogyakarta dan sekitarnya yang memiliki karakter mobilitas yang tinggi, dan menyukai produk olahan ikan dan *seafood*. Sedangkan target sekunder adalah para wisatawan maupun orang yang berunjung di wilayah Umbulharjo dan Kotagede khususnya dan Kota Yogyakarta pada umumnya.

Berikut ini daftar menu Restoran Ikan Bakar Gambiran yang diperoleh melalui wawancara kepada pengelola Restoran Ikan Bakar Gambiran :

Tabel 2 : Menu-menu Restoran Ikan Bakar Gambiran

No.	Jenis Menu	Nama Menu	Harga
1.	Menu Ikan	Gurami Goreng/Bakar	Rp 33.000,-
		Nila Goreng/Bakar	Rp 14.500,-
		Bawal Goreng/Bakar	Rp 13.000,-
		Patin Goreng/Bakar	Rp 13.000,-
		Cakalang Goreng/Bakar	Rp 13.000,-
		Lele Goreng/Bakar	Rp 6.000,-
2.	Soup Ikan	Sup Thailand	Rp 10.000,-
		Sup Serani	Rp 10.000,-
		Sup Mangut	Rp 10.000,-
		Sup Melayu	Rp 10.000,-
		Gulai Ikan Patin	Rp 10.000,-
3.	Seafood	Udang	Rp 15.000,-
		Cumi	Rp 15.000,-
		Kerang	Rp 10.000,-
		Udang Goreng Tepung	Rp 10.000,-
		Cumi Goreng Tepung	Rp 10.000,-
4.	Menu Lain	Ayam Goreng/Bakar	Rp 12.000,-
		Tahu Goreng/Bakar	Rp 5.000,-
		Tempe Goreng/Bakar	Rp 5.000,-
5.	Sayuran	Ca Kangkung	Rp 5.000,-
		Ca Jamur	Rp 5.000,-
		Ca Kangung Udang	Rp 8.000,-
6.	Minuman	Tea	Rp 2.000,-
		Lemon Tea	Rp 3.000,-

Jeruk	Rp 2.000,-
Kopi	Rp 3.000,-
Juice alpukat	Rp 7.000,-
Juice Jambu	Rp 5.000,-
Juice Melon	Rp 5.000,-
Juice Tomat	Rp 5.000,-
Coffe Soda	Rp 6.000,-
Lemon Squash	Rp 6.000,-
Soda Gembira	Rp 8.000,-

b. Data Visual

Data visual diperoleh melalui observasi dan dokumentasi. Teknik observasi yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara mengunjungi restoran Ikan Bakar Gambiran untuk dapat mengamati secara langsung kondisi fisik dan juga hal-hal yang perlu diketahui sebelum membuat perancangan desain komunikasi visual pada restoran ini. Setelah melakukan observasi, penulis kemudian melakukan beberapa dokumentasi menu makanan dan juga tata ruang dari restoran agar dapat memudahkan penulis dalam melakukan perancangan media promosi di Restoran Ikan Bakar Gambiran ini. Berikut ini data visual yang diperoleh dari dokumentasi Restoran Ikan Bakar Gambiran :



Gambar. 15



Gambar. 16



Gambar. 17



Gambar. 18



Gambar. 19



Gambar. 20



Gambar. 21



Gambar. 22



Gambar. 23

Gambar 15 - 23: Suasana Restoran IBG
 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Berikut ini logo dan media promosi yang sudah ada di Restoran Ikan Bakar Gambiran :



Gambar 24: Logo Ikan Bakar Gambiran (colour version)
 (Sumber : Arsip Restoran Ikan Bakar Gambiran)



Gambar 25: Logo Ikan Bakar Gambiran (*BW version*)
(Sumber : Arsip Restoran Ikan Bakar Gambiran)



Gambar 26: Brosur restoran Ikan Bakar Gambiran
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

- Ilustrasi : pada desain brosur diatas menggunakan logo sebagai identitas, lalu ilustrasi berupa foto menu yang tersedia di Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai *product shot*. Teknik ilustrasi yang digunakan adalah teknik fotografi.
- *Layout* : *layout* masih sederhana belum mempunyai ciri khas tersendiri.
- Huruf dan Tipografi : adapun huruf yang digunakan pada desain brosur ini adalah jenis huruf Arial, dan Dombold BT.
- Teks : teks yang terdapat pada desain brosur ini berisi keterangan tentang informasi, fasilitas dan keterangan tempat. Teks tentang keterangan nama perusahaan merupakan *headline*, sedangkan teks keterangan merupakan *bodycopy* dan *baseline*.
- Warna : warna yang di pakai pada brosur ini hanya menggunakan kombinasi antara warna putih dan oranye.

2. Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan media promosi ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan atau peninjauan secara langsung ke tempat penelitian oleh peneliti, untuk mendapatkan data yang ada. Dalam hal ini peneliti mengadakan observasi di tempat usaha Restoran Ikan Bakar Gambiran, di jalan Perintis Kemerdekaan No. 2 B Gambiran, Umbulharjo, Yogyakarta.

b. Wawancara

Wawancara dalam perancangan media promosi ini, yaitu peneliti melakukan wawancara kepada pengelola Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu Bapak Amri Harjanto untuk memperoleh berbagai informasi mengenai pemilik restoran ini, kapan berdirinya, konsep apa yang diterapkan, menu-menu yang disediakan, dan juga sasaran konsumen yang ditujukan oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data secara dokumentasi adalah pengumpulan data secara visual atau hal-hal yang dapat dikategorikan sebagai data, melalui media kamera maupun video, sebagai penyempurna data-data di atas. Teknik observasi yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara mengunjungi Restoran Ikan Bakar Gambiran untuk dapat mengamati secara langsung kondisi fisik dan juga hal-hal yang perlu diketahui sebelum membut perancangan media promosi pada restoran ini. Setelah melakukan observasi penulis kemudian melakukan beberapa dokumentasi dengan memotret bangunan, ruangan, contoh logo, dan daftar menu dari restoran agar dapat memudahkan penulis dalam melakukan perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran. Selain data-data dari dokumentasi, penulis juga mengumpulkan data dari pengelola Restoran Ikan Bakar Gambiran sendiri dan berbagai sumber yang dapat melalui internet.

3. Alat dan Instrumen

Dalam proses pengumpulan data, penulis tentu saja menggunakan alat atau instrumen agar dapat menyimpan data-data yang diinginkan. Data verbal dan data visual yang diambil ketika proses wawancara dan dokumentasi diambil dengan menggunakan perangkat keras (*hardware*) berupa kamera foto digital. Kemudian, data ini diproses melalui komputer dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) melalui program *Microsoft Word 2007*, *Corel Draw X6*, dan *Adobe Photoshop CS4*.

4. Analisis Data

Analisis data yang digunakan sebagai dasar perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran Yogyakarta menggunakan analisis data SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008: 64), yaitu mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan analisis SWOT di mana ia menilai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Berikut analisis SWOT Restoran Ikan Bakar Gambiran :

a. *Strength* (kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam proyek/konsep perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran. Dalam hal ini penulis mencari kekuatan yang membuat Restoran Ikan Bakar Gambiran memiliki keunikan dan kekhasan yang membuatnya berbeda dengan restoran-restoran yang lain. Sehingga, penulis nantinya dapat menuangkan kekuatan

tersebut pada perancangan media promosi untuk membuat restoran ini lebih menarik dan diminati oleh masyarakat umum.

Menurut hasil analisa penulis terhadap Restoran Ikan Bakar Gambiran, restoran ini memiliki beberapa *strength* yang menunjang dalam konsep perancangan media promosi. *Strength* tersebut dapat diuraikan seperti di bawah ini.

- 1) Restoran Ikan Bakar Gambiran merupakan restoran yang menyediakan menu khas aneka masakan ikan dan *seafood* yang ada di wilayah Umbulharjo.
- 2) Restoran Ikan Bakar Gambiran terletak di pinggir jalan raya yang ramai sehingga sangat strategis untuk dapat menarik pengunjung.
- 3) Restoran Ikan Bakar Gambiran terletak berdekatan dengan kawasan wisata di Kota Gede dan terminal Giwangan Yogyakarta, sehingga sangat memungkinkan dilewati oleh para wisatawan.
- 4) Restoran Ikan Bakar Gambiran memiliki tempat yang nyaman dan luas sehingga memungkinkan untuk dijadikan sebagai tempat melakukan acara-acara tertentu seperti pesta ulang tahun, arisan, maupun acara keluarga.

b. *Weakness* (kelemahan)

Penulis memilih Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai subjek penelitian karena penulis menemukan beberapa kelemahan yang membuat restoran ini memerlukan perancangan media promosi yang lebih baik. Adapun kondisi kelemahan yang terdapat dalam proyek/ konsep perancangan yang dimiliki oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu belum memiliki media promosi yang efektif

dan tepat sasaran sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui restoran ini.

c. *Opportunities (peluang)*

Merupakan kondisi peluang di masa datang yang terjadi. Beberapa peluang yang dimiliki oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu :

- a) Restoran Ikan Bakar Gambiran memiliki menu ikan yang lengkap sehingga menungkinkan pengunjung untuk memilih menu ikan yang mereka inginkan.
- b) Restoran Ikan Bakar Gambiran masih memiliki sedikit pesaing yang ada di wilayah Umbulharjo dan Kota Gede.
- c) Banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah Kota Gede sehingga memungkinkan Restoran Ikan Bakar Gambiran untuk menjadi tempat tujuan bagi para wisatawan maupun keluarga.

d. *Threats (ancaman)*

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar yaitu, persaingan antara restoran yang serupa dengan Restoran Ikan Bakar Gambiran. Kondisi yang mengancam tersebut adalah semakin banyak restoran yang berdiri di daerah Yogyakarta sehingga semakin menambah daya saing Restoran Ikan Bakar Gambiran.

2. Perancangan

a. Langkah Perancangan

Langkah perancangan lebih mengacu pada kreativitas dan kemampuan menyajikan gagasan baru dan inovatif, terhadap data yang telah diperoleh di lapangan, selanjutnya strategi kreatifnya adalah memfokuskan apa yang harus

dikomunikasikan kepada *audiance* atau penerima pesan. Tolok ukur dari perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini adalah faktor efektivitas dan efisiensi dari media promosi yang digunakan setelah data dari lapangan terkumpul dan siap untuk diolah, sehingga langkah selanjutnya adalah:

- 1) Melakukan studi bentuk dan pengkajian data atau disebut juga *layout idea* (*layout* gagasan), terkait dengan peracangan media desain dan media yang akan digunakan.
- 2) Membuat sketsa awal atau *rough layout*, berdasarkan unsur AIDAS (*Attention, Interest, Desier, Action, Satisfaction*) yaitu: Perhatian, Menarik, Keinginan, Tindakan dan Kepuasan, dari gagasan yang telah direncanakan.
- 3) Setelah konsep ditentukan dan seluruh ide telah dikembangkan, maka dibuat *layout* secara lengkap, dapat juga dikatakan sebagai *complete layout*, *complete layout* bersifat sebuah jawaban atau solusi terhadap masalah yang dihadapi, *layout* sudah dalam bentuk jadi yang dapat dilihat, dinikmati dan dipahami konsepnya.

b. Penentuan Media

Target *audiance* Restoran Ikan Bakar Gambiran adalah pria atau wanita usia 17-50 tahun, status sosial menengah keatas dan memiliki karakter menyukai makanan olahan ikan dan *seafood*, yang ada di wilayah Kota Yogyakarta target *audience* dibatasi karena untuk mempersempit media promosi yang akan dibuat, agar desain yang akan diciptakan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan, sedangkan media promosi yang digunakan adalah :

1) Media Utama (*Prime Media*)

a) Iklan Surat Kabar

Iklan Surat Kabar adalah iklan berarti berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Surat kabar berarti berita atau surat berkala terbit harian. Iklan surat kabar berarti berita atau pesan yang terbit harian untuk mendorong khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan (Badudu,1996 :969). Tribun Jogja adalah sebuah surat kabar harian yang terbit di Yogyakarta, Indonesia. Surat kabar ini termasuk dalam grup Kompas Gramedia, kantor pusatnya terletak di kota Yogyakarta. Media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran akan diterbitkan di harian Tribun Jogja, iklan nantinya akan diterbitkan 2 x setiap bulannya yakni minggu pertama dan minggu kedua bulan januari, april dan agustus. Pemilihan jadwal kemunculan iklan berurutan bertujuan supaya usaha promosi menjadi lebih maksimal dan *audience* dapat mengingat *brand* Restoran Ikan Bakar Gambiran. Iklan Restoran Ikan Bakar Gambiran dimuat pada rubrik hotel dan resto yang ada setiap hari kamis. Iklan yang akan diterbitkan adalah berbentuk portrait dengan ukuran 6 x 8 cm *fullcolor*.

- (1) Efektivitas media: Tribun Jogja merupakan Surat Kabar lokal yang mempunyai banyak rata-rata jumlah pembaca, selain menjual dengan harga murah, kualitas racikan berita dan kertas yang digunakan Tribun Jogja memiliki nilai jual. Topik yang diangkat dalam Tribun Jogja ini membuat orang ingin buru-buru mengetahuinya, maka wajar bila pembaca beralih dari Surat Kabar lokal ke Tribun Jogja. Media ini dipilih karena Tribun Jogja

adalah Surat Kabar lokal yang paling banyak dibaca oleh masyarakat karena keunggulan Surat Kabar Tribun Jogja daripada Surat Kabar lokal yang lain. Sehingga pemasangan Iklan di Surat Kabar ini diharapkan akan lebih efektif, sehingga dapat menarik lebih pelanggan yang datang ke Restoran Ikan Bakar Gambiran.

- (2) *Review media*: Iklan Surat Kabar dipasang di Tribun Jogja diterbitkan selama tiga bulan, dan diselingi dengan media promosi brosur.

2) Media Pendukung (*Supporting Media*)

a) Brosur

Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara bersistem. Brosur juga bisa diartikan cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa di jilid. Atau juga bisa diartikan selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi. (Alwi Hasan, 2002:16). Brosur yang dibuat berbentuk *landscape*, brosur terbuat dari bahan kertas *Artpaper* 120 gsm ukuran 24 x 18 cm cetak *full Color 2* (dua) sisi finishing satu lipat.

- (1) *Efektivitas media* : Brosur dapat secara langsung menjangkau *audience* dan mudah untuk dibawa dan dibaca dimana saja karena bentuknya yang simpel namun menarik.

- (2) *Review media*: Brosur dibagikan dan ditempatkan di beberapa tempat umum, pusat perbelanjaan, bank, hotel, dan tempat-tempat strategis yang biasa dilalui oleh banyak orang.

b) *SignBoard*

SignBoard adalah papan tanda atau papan yang memuat pesan/petunjuk, sering digunakan untuk mempromosikan/ mengiklankan produk, acara rumah untuk dijual dan sebagainya. Kadang juga digunakan untuk tanda peringatan atau kepentingan pendidikan (<http://senirupadipo.multiply.com>, diunduh tanggal 19 November 2011). *Signboard* yang dibuat berjumlah dua buah berbentuk *landscape* dengan masing-masing ukuran 250 x 300 cm. Bahan untuk membuat *signboard* adalah alumunium.

(1) Efektivitas media: *Signboard* digunakan sebagai penunjuk arah untuk mempermudah setiap orang yang akan ke Restoran Ikan Bakar Gambiran.

(2) *Review* media: *Signboard* dipasang di dua tempat berbeda, yaitu di pertigaan Basen, Kota Gede yang terletak di Timur restoran. Sedangkan *signboard* yang kedua dipasang di perempatan Gambiran, Unbulharjo yang terletak di sebelah Barat restoran Ikan Bakar Gambiran.

c) *Spanduk*

Spanduk adalah kain membentang biasanya berada tepi jalan yang berisi teks, warna dan gambar. (<http://aneka-wacana.blogspot.com>, diunduh tanggal 09 juni 2013). Ukurannya adalah 400 cm x 100 cm dengan bahan *Vinyl full color*.

(1) Efektivitas media: Spanduk digunakan sebagai petunjuk bagi orang yang sedang berjalan kaki atau mengendarai kendaraan bermotor, agar tertarik untuk mampir ke Restoran Ikan Bakar Gambiran.

(2) *Review* media: Spanduk ditempatkan diperempatan jalan yang ramai dilalui oleh masyarakat.

d) Buku Menu

Buku Menu yang dibuat berbentuk *landscape* dengan format empat halaman bolak-balik *fullcolor*. Brosur terbuat dari bahan *Art Carton* dengan ukuran 28 x 23cm.

- (1) Efektivitas media: Buku menu digunakan sebagai petunjuk bagi pengunjung agar dapat melihat daftar menu dan memesan menu yang diinginkan di Restoran Ikan Bakar Gambiran.
- (2) *Review* media: Buku menu diberikan kepada setiap pengunjung yang datang ke Restoran Ikan Bakar Gambiran sebelum memesan menu.

e) *Packaging*

Kemasan adalah aktivitas atau kegiatan umum dalam perencanaan barang untuk menempatkan barang tersebut kedalam wadah atau tempat yang memerlukan akan penentuan desain dan pembuatan kemasan dapat berasal dari berbagai macam bahan seperti plastik, karton, gelas dan lain-lain (<http://inoz3ro.blogspot.com>, diunduh tanggal 19 Desember 2011).

Secara umum fungsi *packaging*/ Kemasan yaitu :

1. Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.
2. Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan.

3. Meningkatkan efisiensi, seperti: memudahkan penghitungan, memudahkan pengiriman dan penyimpanan.

Perancangan *Packaging* Restoran Ikan Bakar Gambiran ini mengacu pada fungsi *packaging*. *Packaging* Restoran Ikan Bakar Gambiran terbuat dari kertas karton dengan bentuk *box* dengan ukuran 20 x 20 x 15 cm.

(1) Efektivitas media: *Packaging* digunakan sebagai melindungi produk makanan Restoran Ikan Bakar Gambiran dari sinar panas, kelembaban udara, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba. Selain itu *packaging* ini berfungsi sebagai identitas dan sarana komunikasi yang membedakan Restoran Ikan Bakar Gambiran dengan restoran lainnya. Bentuk *box* dengan pegangan pada bagian atas diharapkan meningkatkan efisiensi pengiriman, penyimpanan dan mudah dibawa.

(2) Review media: *Packaging* digunakan sebagai pembungkus makanan yang dipesan oleh pembeli Restoran Ikan Bakar Gambiran untuk dibawa pulang atau untuk pesanan *box*.

f) Stiker

Stiker merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel dan bisa ditempel di mana saja. Stiker juga kadang-kadang memiliki nilai kebanggaan tersendiri bagi pemasangnya, (Kusrianto :2007:334). Stiker yang akan dibuat terbuat dari *Vinyl/ Graftac* dengan berbentuk *landscape* ukuran 10 x 5 cm.

- (1) Efektivitas media: Stiker mudah ditempelkan dimana saja dengan harapan pengunjung menempelkan di tempat yang strategis, misalnya di kaca bagian belakang kendaraan mereka yang secara otomatis akan dapat dibaca oleh orang lain, sehingga menjadi sebuah media promosi yang efektif dan murah
- (2) *Review* media: Stiker diletakkan di meja kasir Restoran Ikan Bakar Gambiran dan dibagikan kepada setiap pengunjung yang datang ke Restoran Ikan Bakar Gambiran.

g) *ID Card*

ID card atau *identity card* dalam bahasa indonesia artinya adalah kartu pengenal. Sesuai namanya, *id card* berfungsi sebagai alat untuk memperkenalkan diri (<http://percetakanmoca.wordpress.com/>, diunduh tanggal 29 april 2014). *ID Card* terbuat dari Almunium dengan bentuk *portrait* ukuran 9 x 9 cm.

- (1) Efektivitas media: *ID Card* berfungsi sebagai identitas karyawan Restoran Ikan Bakar Gambiran, selain itu juga sebagai tanda pengenal setiap karyawan.
- (2) *Review* media: *ID Card* dipakai oleh setiap karyawan Restoran Ikan Bakar Gambiran saat bekerja sebagai identitas karyawan.

h) *Nomor Meja*

Nomor meja terbuat dari *Acrylic* 5 mm bening dengan bentuk *portrait* ukuran 6 x 10 cm.

- (1) Efektivitas media: Disamping sebagai petunjuk nomor meja juga sebagai media promosi yang efektif bagi Restoran Ikan Bakar Gambiran.
- (2) *Review* media: Dipasang disetiap meja makan yang tersedia di Restoran Ikan Bakar Gambiran.

i) Nota

Selembar surat bukti yang menyatakan bahwa telah terjadi penyerahan sejumlah uang dari yang disebut sebagai pembeli atau yang menyerahkan uang kepada penerima dan harus menandatangani, telah menerima penyerahan uang itu sebesar yang disebutkan dalam surat, lengkap dengan tanggal penyerahan, tempat, serta alasan penyerahan uang itu (ibnusomo.blogspot.com, diunduh tanggal 14 Januari 2012).

- (1) Efektivitas media: Sebagai bukti adanya transaksi jual beli antara produsen dan konsumen, sekaligus dapat menjadi media promosi yang efektif dengan mencantumkan *brand* Restoran Ikan Bakar Gambiran di dalamnya.
- (2) Review media: Nota digunakan setiap kali terjadi transaksi yang terjadi di Restoran Ikan Bakar Gambiran.

b. Program Media

Program media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran dilaksanakan dengan estimasi waktu untuk jangka 1 tahun, yang mana akan digunakan sebagai media promosi yang mampu memberikan informasi komunikatif serta efektif bagi konsumen Restoran Ikan Bakar Gambiran. Pelaksaan program media dilakukan secara langsung pada konsumen dengan menawarkan produk yang dijual di Restoran Ikan Bakar Gambiran melalui media promosi yang dibuat. Berikut merupakan tabel program media yang akan dilakukan selama satu tahun ke depan:

Tabel 3: Program Media, Perencanaan Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, Yogyakarta Periode 2014 – 2015

1) Pelaksanaan program untuk media utama (*prime media*)

No.	Media	Bulan		
		Januari	April	Agustus
1.	Iklan Surat Kabar*			

*) Surat Kabar Tribun Jogja : 6 x terbit (minggu 1 dan 3 setiap bulannya)

2) Pelaksanaan program untuk media pendukung (*supporting media*)

No.	Media	Bulan					
		Jan – Feb	Mar – Apr	Mei – Jun	Jul – Agst	Sept – Okt	Nov – Des
1.	Brosur						
2.	SignBoard						
3.	Spanduk						
4.	Buku Menu						
5.	Packaging						
6.	Stiker						
7.	ID Card						
8.	Nomor Meja						
9.	Nota						

c. Estimasi Biaya Media

Hal yang terpenting bagi pengadaan semua kegiatan perancangan komunikasi visual Restoran Ikan Bakar Gambiran agar tidak melebihi kemampuan dana yang dimiliki atau yang telah dianggarkan, namun tetap mempertimbangkan efektivitas dari promosi yang akan dilaksanakan. Anggaran yang telah diperediksi adalah sebagai berikut :

Tabel 4 : Estimasi Biaya Aplikasi Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, Yogyakarta Periode 2014 – 2015

- 1) Prediksi biaya untuk media utama (*prime media*)

No.	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Estimasi Biaya
1.	Iklan Surat Kabar*	6 x 8 cm	6x terbit	Rp. 2.000.000,- x 6
Jumlah				Rp. 12.000.000,-

*) Surat Kabar Tribun Jogja : 6 x terbit (minggu 1 dan 3 setiap bulannya)

- 2) Prediksi biaya untuk media pendukung (*supporting media*)

No.	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Estimasi Biaya
1.	Brosur	26 x 18 cm	3000 buah	Rp. 1.100.000,-
2.	SignBoard	250 x 300 cm	2 buah	Rp. 25.000.000,-
3.	Spanduk	400 x 100 cm	4 buah	Rp. 1.200.000,-
4.	Buku Menu	28 x 23 cm	20 buah	Rp. 1.000.000,-
5.	Packaging	20 x 20 x 15 cm	1000 buah	Rp. 2.500.000,-
6.	Stiker	5 x 10 cm	5000 lembar	Rp. 400.000,-

7.	ID Card	9 x 9 cm	15 buah	Rp. 200.000,-
8.	Nomor Meja	6 x 10 cm	30 buah	Rp. 500.000,-
9.	Nota	10,5 x 16,2 cm	10 rim	Rp. 300.000,-
Jumlah				Rp. 32.200.000,-

d. Perencanaan Kreatif

1) Tujuan Perencanaan Kreatif

Perencanaan kreatif ini diharapkan mampu menghasilkan media promosi yang efektif dan komunikatif, untuk memperoleh perhatian *audience* yang dituju Restoran Ikan Bakar Gambiran. Selain itu tujuan dari perencanaan kreatif ini adalah merancang dan menetukan media-media yang relevan bagi Restoran Ikan Bakar Gambiran sehingga pesan yang ingin disampaikan tepat sasaran.

2) Strategi kreatif

Media yang akan dibuat yaitu media utama iklan surat kabar yang diterbitkan disurat kabar Tribun Jogja , media pendukung yaitu brosur, *signboard*, spanduk, buku menu, *packaging*, stiker, *id card*, nomor meja dan nota.

3) Isi Pesan

Isi pesan menyangkut produk yang ingin disampaikan kepada *audience* didalam media komunikasi. Isi pesan yang terdapat pada media promosi ini adalah lebih banyak menegenai informasi makanan yang disediakan serta lokasi dan fasilitas yang ditawarkan oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran.

4) Bentuk Pesan

Bentuk pesan yang terdapat pada media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini adalah pesan yang bersifat formal. Juga bahasa visual, yaitu menggunakan ilustrasi mengenai makanan serta lokasi Restoran Ikan Bakar Gambiran. Bentuk pesan visual lebih ditonjolkan agar pembaca tidak jenuh dalam melihat media, namun diseimbangkan dengan pesan verbal yang ada, agar tidak mengurangi informasi tentang Restoran Ikan Bakar Gambiran tersebut.

5) Strategi Visual

Teknik visual yang digunakan dalam visualisasi desain media promosi ini adalah teknik fotografi yang disempurnakan dengan menggunakan program komputer, dimana ilustrasi yang ditampilkan akan berkaitan dengan menu-menu yang disediakan Restoran Ikan Bakar Gambiran. *Layout* yang digunakan dalam perancangan ini secara keseluruhan menggunakan prinsip keseimbangan dan kesatuan.

e. Visualisasi Desain

Dalam visualisasi desain perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ada tiga tahap yaitu:

1) *Layout* kasar (*rough layout*)

Layout kasar berupa sket kasar yang dibuat dengan alat tulis secara manual dari penuangan gagasan yang telah direncanakan. Dalam *layout* kasar masih dapat direvisi ataupun ditinjau kembali desainnya dengan mengadakan

penambahan atau pengurangan. Kumpulan gagasan dapat dikembangkan lagi sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.

2) *Layout Lengkap (comprehensive layout)*

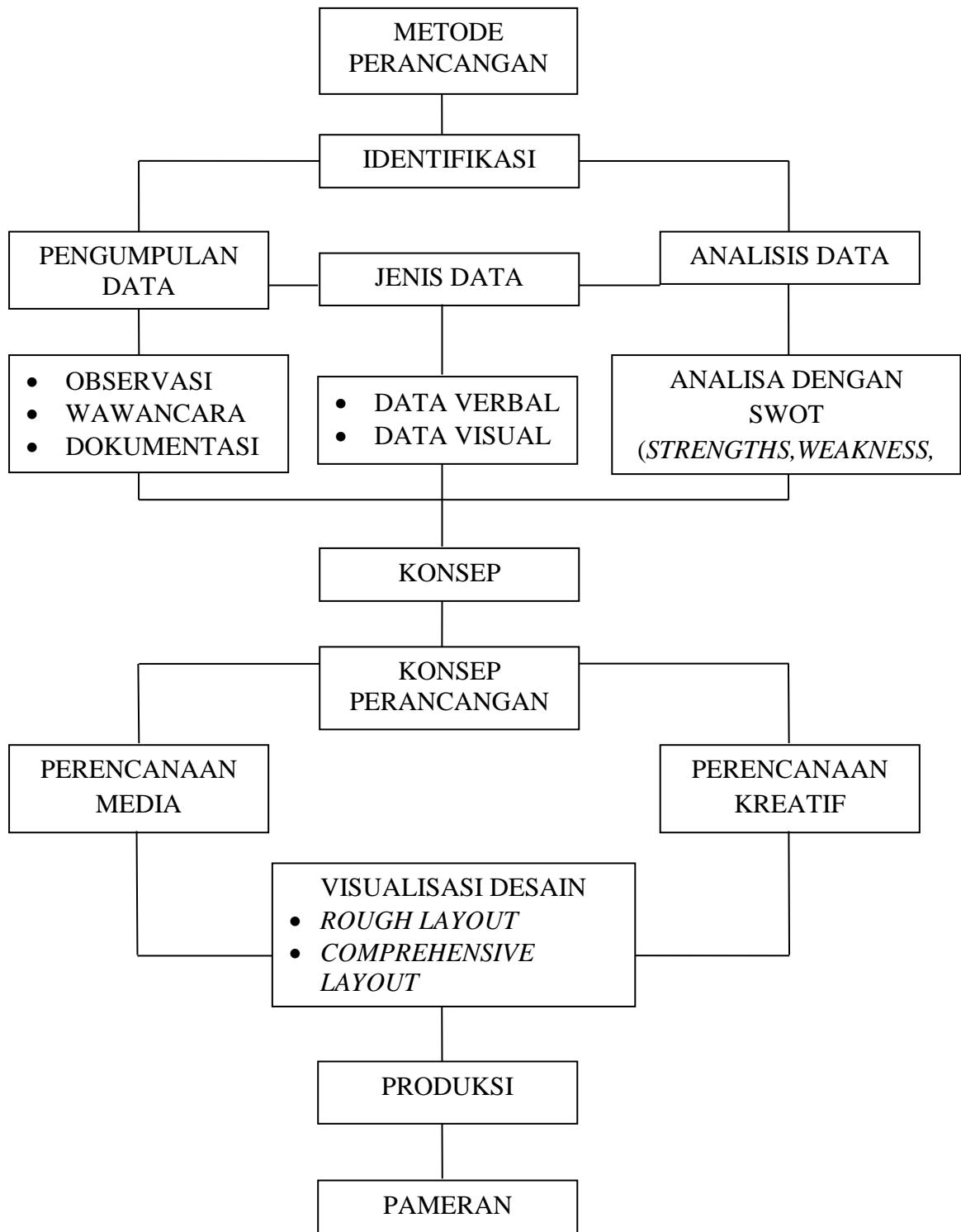
Comprehensive layout merupakan *layout* sudah dalam bentuk jadi yang bisa dilihat dan dipahami konsepnya, namun masih dalam bentuk sketsa halus yang menggambarkan konsep ide secara garis besar. Proses pembuatan desain menggunakan perangkat alat gambar dan perangkat lunak computer (*software*) *Corel Draw X6* dan *Adobe Photoshop CS4*.

3) *Final Design*

Setelah konsep ditentukan dan seluruh ide telah dikembangkan, maka dibuatlah *layout* secara lengkap atau *final design*. Pada tahap ini desain sudah dalam bentuk jadi dan dapat dilihat, dinikmati dan dipahami konsepnya.

Untuk dapat dipahami sebagai identitas tempat maka strategi visual yang digunakan adalah warna, *font*, dan bentuk yang sejenis atau sama dalam setiap aplikasi penerapan media yang direncanakan.

E. Skema Perancangan



BAB III

VISUALISASI DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Perancangan

Konsep pada perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini adalah “Bebakaran”, maksud dari penggunaan konsep bebakaran dilatarbelakangi oleh *brand* restoran yaitu Ikan Bakar Gambiran, sehingga bila diterapkan pada perancangan media yaitu dengan menampilkan warna oranye dan merah sebagai warna identitas utama dan warna-warna panas serta *layout* yang mewakili bara api yang disajikan secara kreatif. Konsep menghadirkan ilustrasi realis berupa *product shot* menu-menu Restoran Ikan Bakar Gambiran yang ditata secara simetris agar ilustrasi dapat menjadi perhatian utama dan membantu media promosi agar pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah diterima *audience*.

Keseluruhan konsep ini menerapkan analisis *SWOT* dalam perancangan desain. Adapun penjabaran aplikasi analisis *SWOT* dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 5 : Aplikasi analisis *SWOT* dalam perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran :

No	Analisis	Hasil Analisis	Aplikasi Desain
1	<i>Strength (S)</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Restoran Ikan Bakar Gambiran merupakan restoran yang menyediakan menu khas aneka masakan ikan dan <i>seafood</i> yang ada di wilayah Umbulharjo Yogyakarta.2. Restoran Ikan Bakar Gambiran terletak di pinggir jalan raya yang	<ol style="list-style-type: none">1. Dalam desain media promosi ini berisi tentang profil restoran serta menu yang disediakan.2. Membuat media promosi yang dapat

		<p>ramai sehingga sangat strategis untuk dapat menarik pengunjung.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Restoran Ikan Bakar Gambiran terletak berdekatan dengan kawasan wisata di Kota Gede dan terminal Giwangan Yogyakarta, sehingga sangat memungkinkan dilewati oleh para wisatawan. 4. Restoran Ikan Bakar Gambiran memiliki tempat yang nyaman dan luas sehingga memungkinkan untuk dijadikan sebagai tempat melakukan acara-acara tertentu seperti pesta ulang tahun, arisan, maupun acara keluarga. 	<p>mudah dilihat oleh <i>audiensce</i> yang sedang lewat jalan raya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Membuat media promosi yang dapat menunjukkan informasi dan lokasi agar mempermudah wisatawan/ konsumen untuk datang ke restoran Ikan Bakar Gambiran. 4. Isi pesan yang disampaikan dalam perancangan media promosi yaitu menceritakan tentang keunggulan dan fasilitas-fasilitas yang disediakan restoran Ikan Bakar Gambiran.
2	<i>Weakness (W)</i>	Belum memiliki media promosi yang efektif dan tepat sasaran sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui restoran ini.	Adanya desain media promosi ini diharapkan bisa memberi informasi tentang restoran Ikan Bakar Gambiran.
3	<i>Opportunities (O)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Restoran Ikan Bakar Gambiran memiliki menu yang lengkap sehingga memungkinkan pengunjung untuk memilih menu yang mereka inginkan. 2. Restoran Ikan Bakar Gambiran masih 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam desain media promosi ini menggunakan <i>product shot</i> berupa ilustrasi menu yang tersedia di restoran Ikan Bakar Gambiran. 2. Membuat desain yang menarik dan jelas

		<p>memilik sedikit pesaing yang ada di wilayah Umbulharjo dan Kota Gede</p> <p>3. Banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah Kota Gede sehingga memungkinkan Restoran Ikan Bakar Gambiran untuk menjadi tempat tujuan bagi para wisatawan maupun keluarga.</p>	<p>sehingga masyarakat mudah menerima pesan yang ingin disampaikan.</p> <p>3. Membuat media promosi yang secara langsung menjangkau <i>audience</i> dan mudah untuk di bawa dan dibaca dimana saja.</p>
4	<i>Threats (T)</i>	<p>Semakin banyak restoran yang berdiri di daerah Yogyakarta sehingga semakin menambah daya saing Restoran Ikan Bakar Gambiran.</p>	<p>Menggunakan desain yang unik dan mempunyai ciri khas sehingga menjadikan restoran Ikan Bakar Gambiran memiliki daya tarik bagi konsumen.</p>

1. Langkah Kreatif

Langkah pertama dalam konsep yaitu, menentukan pendekatan desain dengan menampilkan *layout* yang menvisualisasikan bara api dengan desain yang simpel dan menarik, dengan warna-warna panas seperti oranye, merah, kuning dan lain-lain. Warna dominan yaitu oranye dan merah karena warna ini merupakan ciri khas warna Restoran Ikan Bakar Gambiran. Selain itu warna-warna tersebut dapat menimbulkan rasa semangat, hangat, ceria, dan kekeluargaan. Langkah selanjutnya yaitu ilustrasi, ilustrasi yang dipakai dalam

konsep perancangan ini berupa *product shot* dari menu yang disediakan Restoran Ikan Bakar Gambiran. Penggunaan *product shot* sebagai ilustrasi diharapkan mampu menarik perhatian *audience* yang melihatnya. Gaya bahasa yang digunakan dalam konsep perancangan media promosi ini adalah bahasa yang mudah dipahami oleh *audience*. Teks berisi informasi mengenai perusahaan agar masyarakat mengetahui segala hal tentang perusahaan serta ajakan agar menarik minat konsumen berkunjung ke sana. Bila dikaitkan dengan media promosi yang akan dirancang, maka konsep ini dimaksudkan untuk mempengaruhi masyarakat luas khususnya masyarakat Kota Yogyakarta agar menjadi pelanggan di Restoran Ikan Bakar Gambiran tersebut. Dalam setiap media perancangan selalu ditampilkan logo dan *brand* Restoran Ikan Bakar Gambiran yang bertujuan agar *audiences* tahu tentang identitas Restoran Ikan Bakar Gambiran.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam penyusunan media promosi berupa elemen-elemen desain komunikasi visual yang meliputi warna, *layout*, tipografi, dan ilustrasi yang diterapkan pada setiap desain yang akan dibuat. Berikut ini strategi kreatif yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran:

a. Warna

Warna dominan yang digunakan dalam perancangan media promosi media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu sebagai berikut:



C=0% M=60% Y=100% K=0%

R=245% G=134% B=52%

Oranye



C=0% M=100% Y=100% K=0%

R=237% G=50% B=55%

Merah



C=25% M=100% Y=100% K=31%

R=153% G=0% B=0%

Merah Tua



C=0% M=0% Y=100% K=0%

R=255% G=242% B=18%

Kuning

Warna oranye dan merah adalah warna khas Restoran Ikan Bakar Gambiran, warna oranye melambangkan energi, semangat, segar, keseimbangan, ceria, dan hangat, sedangkan warna merah melambangkan energi, positif, segar, dan kesehatan. Penggunaan warna ini diharapkan dapat menghadirkan energi positif bagi konsumen Restoran Ikan Bakar Gambiran. Oleh karena itu warna ini menjadi warna kunci dan akan di aplikasikan secara dominan pada elemen dalam media, seperti iklan surat kabar, brosur, *signboard*, spanduk, buku menu, *packaging*, stiker, *ID card*, nomor meja, dan nota.

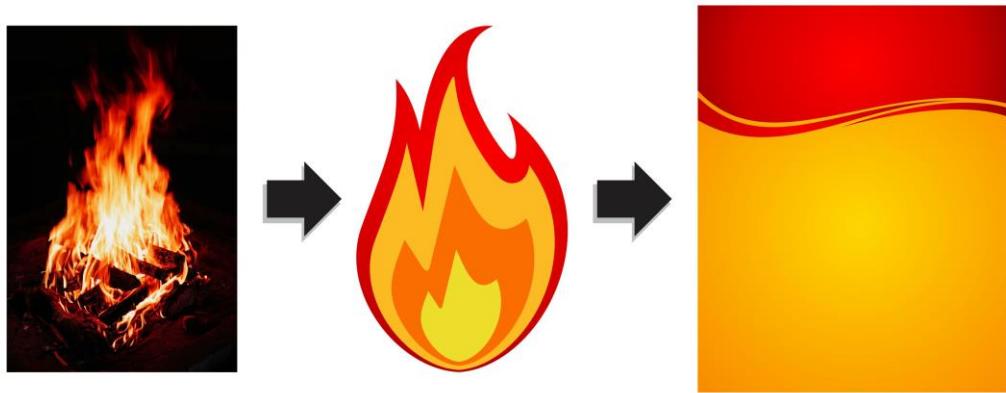
Dalam perencanaan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, terdapat tingkatan warna, diantaranya kuning, oranye, merah, dan merah tua. Warna merah melambangkan perjuangan, anugerah, aktif, energi positif, cinta,

dan kehangatan. Penggunaan warna merah memiliki makna agar konsumen memiliki rasa kekeluargaan dan kehangatan terhadap Restoran Ikan Bakar Gambiran. Warna merah tua melambangkan perjuangan, aktif, berkemauan keras, energi, agresif, cinta, dan kehangatan. Penggunaan warna merah tua memiliki makna bahwa Restoran Ikan Bakar Gambiran mampu bersaing secara sehat dengan kompetitornya. Warna kuning melambangkan optimis, harapan, gembira, dan santai. Penggunaan warna ini diharapkan mampu memberikan sikap optimis dan kegembiraan bagi semua pihak yang terlibat. Selain itu warna kuning merupakan warna yang menarik mata dibanding dengan warna lainnya serta mampu membangkitkan nafsu makan.

b. *Layout*

Konsep dasar dalam pembuatan *layout* perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran dengan dasar bara api sesuai dengan konsep perancangan, yaitu dengan menvisualisasikan gambar bara api menjadi bentuk yang menarik tetapi tidak lepas dari konsep dasar tersebut. Bentuk deformasi gaya *simple*, mengolah bentuk bara api untuk selanjutnya digubah sedemikian rupa sehingga menjadi *layout* yang menarik dan unik.

Desain dibawah ini adalah bentuk keseluruhan dasar pembuatan *layout* Restoran Ikan Bakar Gambiran :



Gambar 27 : Konsep dasar pembuatan *layout*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

c. Tipografi

Pemilihan jenis huruf perlu dipertimbangkan dengan baik karena desain huruf tertentu memiliki gaya dan karakteristik tersendiri. Pertimbangan ini berdasarkan fungsi dan penampilan dari segi visual serta tujuan iklan yang dibuat.

Adapun jenis *font* yang digunakan untuk penyusunan media promosi restoran Ikan Bakar Gambiran deskripsi hurufnya sebagai berikut :

1) *Segoe Print*

Font ini digunakan sebagai *headline* yaitu “Ikan Bakar Gambiran”. *Font* ini dipilih karena memiliki penampilan yang eksklusif, dan bentuknya tidak kaku sehingga membuatnya terlihat santai dan nyaman ketika dibaca (*readible*). Karena sebagai *headline* yang pertama kali dilihat orang ketika membaca media promosi, maka huruf ini diolah sehingga mempunyai keunikan dan berpotensi kuat dalam menarik perhatian mata. *Font* berwarna putih dengan *outline* merah dan gradasi antara oranye tua dengan kuning bertujuan agar *font* tampak timbul dan tampak nyala sehingga dapat menvisualisasikan bara api tetapi tetap memiliki tingkat baca

yang tinggi. *Headline* ini digunakan pada setiap media promosi yang dibuat berdampingan dengan logo untuk memperjelas *brand* Restoran Ikan Bakar Gambiran. Desain dibawah ini adalah bentuk keseluruhan logo Restoran Ikan Bakar Gambiran, untuk lebih memperjelas *brand* dari perusahaan :

a) *Grid*



Gambar 28 : **Grid logo Restoran Ikan Bakar Gambiran (sketsa)**
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 29 : **Grid logo Restoran Ikan Bakar Gambiran (BW version)**
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 30 : *Grid logo Restoran Ikan Bakar Gambiran (colour version)*
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

b) Pengecilan

(1) Ukuran 100 % : 12 x 3,5 cm



Gambar 31: **Logo Restoran Ikan Bakar Gambiran 100%**
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

(2) Ukuran 50 % : 6 x 1,75 cm



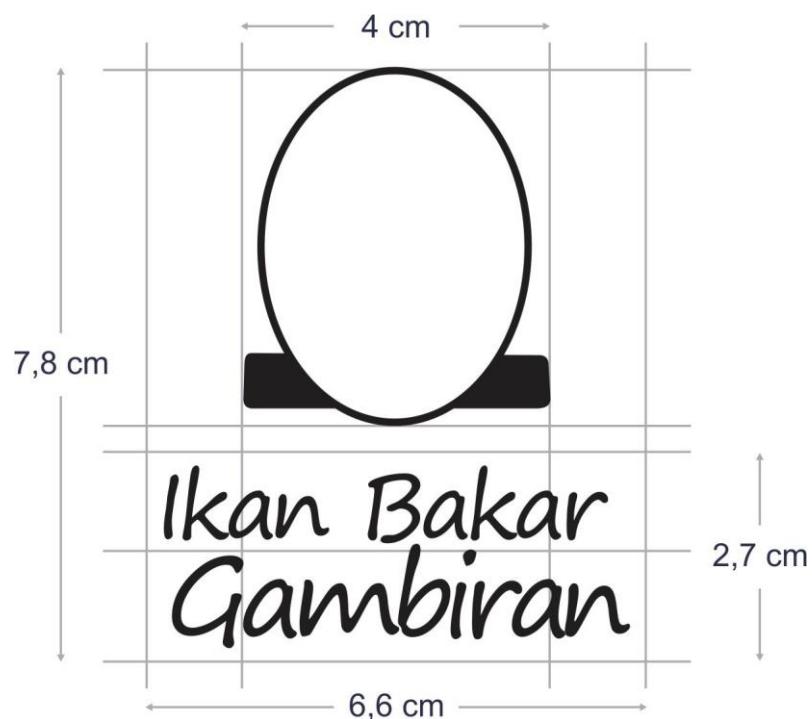
Gambar 32 : **Logo Restoran Ikan Bakar Gambiran 50%**

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 33 : Logo Restoran Ikan Bakar Gambiran 30%
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

c) *Grid*



Gambar 34 : *Grid logo type 2 Restoran Ikan Bakar Gambiran* (sketsa)
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 35 : *Grid logo type 2 Restoran Ikan Bakar Gambiran (BW version)*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 36 : *Grid logo type 2 Restoran Ikan Bakar Gambiran (colour version)*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

d) Pengecilan



Gambar 37 : **Logo type 2 Restoran Ikan Bakar Gambiran 100%**
 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 38 : **Logo type 2 Restoran Ikan Bakar Gambiran 50%**
 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 39 : **Logo type 2 Restoran Ikan Bakar Gambiran 30%**
 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

2) *Janson SSI*

Font ini digunakan untuk slogan yaitu berupa “sajian istimewa bagi keluarga anda”. *Font* ini merupakan huruf tipe *serif* (kait), karena memiliki bentuk yang cukup menarik dan cocok digunakan sebagai slogan. Slogan diletakkan dibawah logo dengan desain melengkung mengikuti bentuk *layout* dengan warna putih, agar mudah terbaca dan tampak harmonis dengan desain *layout*

3) *VAGRounded BT*

Font ini digunakan untuk petunjuk arah pada *signboard* karena mempunyai bentuk tebal, serta agar *audience* dapat mudah melihat saat berkendara, karena *signboard* ini diletakkan di pinggir jalan raya.

4) *TisaOT-Bold*

Font ini merupakan huruf tipe *serif* (kait), berbentuk tebal dan mempunyai tingkat baca tinggi. *Font* ini digunakan karena mempunyai bentuk yang unik tetapi juga mempunyai tingkat baca yang tinggi dan sangat cocok untuk menuliskan judul pada isi dalam buku menu.

5) *Terbunchet MS*

Font ini termasuk jenis *sans serif* (tanpa kait), *font sans serif* adalah salah satu bentuk dari modernisasi, dari segi fungsional huruf tanpa kait ini sangat mudah untuk dibaca. *Font* ini digunakan sebagai *body copy* (isi) dan *closing word* yang terdapat pada desain media promosi restoran Ikan Bakar Gambiran karena memiliki tingkat baca (*legibility*) yang tinggi.

d. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini menampilkan beberapa menu utama Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai *product shot*, diantaranya yaitu ikan bakar, ikan goreng, *seafood*, ayam bakar, *soup* ikan, menu lain-lain dan contoh menu minuman yang mewakili semua menu yang ada di Restoran Ikan Bakar Gambiran. *Product shot* berupa menu restoran ini bertujuan agar *audience* tertarik ketika melihatnya sehingga ingin datang dan makan di Restoran Ikan Bakar Gambiran. *Product shot* ini diterapkan pada desain iklan surat kabar, brosur, buku menu, dan spanduk agar mendukung media promosi sehingga mudah menarik perhatian *audience*. *Product shot* didesain dengan *background* berwarna putih bertujuan agar ilustrasi terlihat bersih dan segar. Selain berupa menu Restoran Ikan Bakar Gambiran, juga ada ilustrasi berupa peta lokasi dan foto suasana bangunan Restoran Ikan Bakar Gambiran yang diterapkan pada media promosi brosur bertujuan agar *audience* mudah mencari letak lokasi dan tahu bagaimana bentuk bangunan Restoran Ikan Bakar Gambiran.

B. Media Promosi

1. Media utama (*Prime Media*)

Media utama yang digunakan dalam perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran adalah Iklan Surat Kabar. Iklan Surat Kabar akan dipasang di Surat Kabar Tribun Jogja. Desainnya dapat dilihat pada tiga tingkatan penciptaan desain yaitu sebagai berikut:

a. Iklan Surat Kabar

Iklan surat kabar adalah berita atau pesan yang terbit harian untuk mendorong khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan (Badudu, 1996 :969).

1) *Rough Layout* (*layout kasar*)



Gambar 40 – 41 : ***Rough layout* Iklan Surat Kabar**
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout (layout lengkap)*



Gambar 42 : *Comprehensive layout Iklan Surat Kabar*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*



Gambar 43 : *Final design Iklan Surat Kabar*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

a) Nama media : Iklan Surat Kabar

b) Ukuran : 6 x 8 cm

c) Format : *Portrait*

d) Bahan : Kertas

e) Keterangan :

(1) Teks :

(a) *Headline* : “Ikan Bakar Gambiran (logo)”.

(b) *Subheadline* : “Sajian istimewa untuk keluarga anda”.

(c) *Body Copy* : “Open daily 10.00 am - 23.00 pm”, “Menerima pesanan : nasi box, *delivery order*, paket prasmanan (ultah, arisan, dll)”,

“Info & pemesanan, 0274-8335006, 085743559869”.

(d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.

(e) *Caption* : -

(f) *Closing Word* : Alamat perusahaan : “Jl. Perintis kemerdekaan no. 62B Gambiran Yogyakarta (timur POM bensin Gambiran)”.

(2) Visual/ ilustrasi :

Desain iklan koran ini menampilkan logo sebagai identitas dan menu utama Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai *product shot* yang berjumlah empat diantaranya yaitu ikan bakar, *seafood*, ayam goreng dan *soup* ikan disusun secara simetris yang dijadikan sebagai ilustrasi utama supaya menarik perhatian pembaca.

- (3) Tipografi : *Segoe print* 44 pt (*headline* Ikan Bakar Gambiran); *Janson SSI* 24 pt (Slogan); *Trebuchet MS* 12 pt, 14 pt, 24 pt (*Bodycopy*); *Trebuchet MS* 14 pt (*Closing word*).
- (4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), dan kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).
- (5) *Layout* :
- Iklan surat kabar Restoran Ikan Bakar Gambiran ini menggunakan format *portrait* dengan menekankan pada perbedaan tingkatan warna antara merah, oranye dan kuning untuk menarik perhatian pembaca. *Border* dengan lekuk berbentuk visualisasi bara api berwarna merah tua gradasi oranye menjadi aksen iklan sebagai ciri khas desain Restoran Ikan Bakar Gambiran. *Headline* yaitu “Ikan Bakar Gambiran” dengan *font* berwarna putih diberi *outline* berwarna oranye gradasi kuning agar terlihat jelas dan berkesan timbul diatas *border* yang berwarna gelap. Slogan diletakkan dibawah *headline* dengan warna putih agar dapat mudah dibaca yang diletakkan melengkung mengikuti bentuk *layout*. Pada bagian *body copy* berwarna kuning dengan *font* berwarna merah agar mudah terbaca, dan sebagai batas antara *product shot* dengan *body copy* agar *audiences* bisa fokus membaca isi. Bagian *footer* digunakan sebagai *closing word* berupa alamat restoran dengan warna merah gradasi oranye dengan *font* berwarna putih agar teks mudah terlihat dan seimbang dengan desain *border*.

2. Media pendukung (*Supporting Media*)

Media pendukung merupakan media promosi tambahan yaitu sebagai pelengkap media utama. Bertujuan untuk memperluas jangkauan promosi kepada *audience* sehingga sampai ketempat yang paling kecil, misalnya desa, perkampungan dan rumah tangga. Ada sembilan media pendukung perancangan desain media komunikasi visual Restoran Ikan Bakar Gambiran , yaitu:

a. Brosur

Brosur adalah selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa di jilid (Alwi Hasan, 2002:16), berikut desain brosur restoran Ikan Bakar Gambiran :

1) *Rough Layout (layout kasar)*

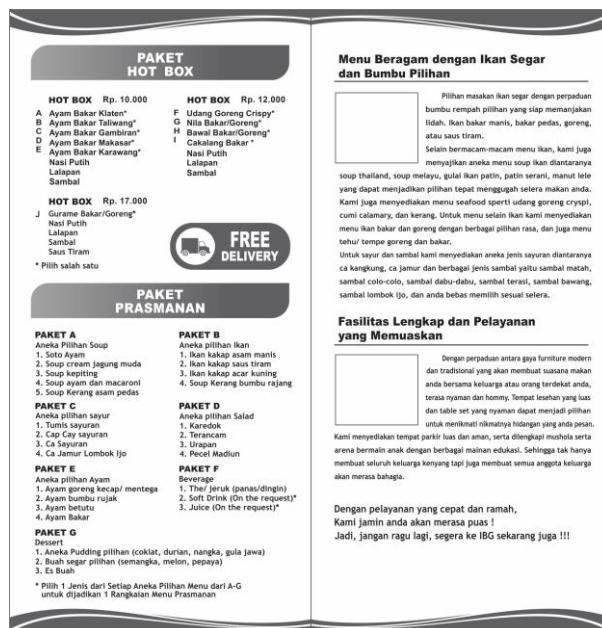


Gambar 44-45 : *Rough layout Brosur*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

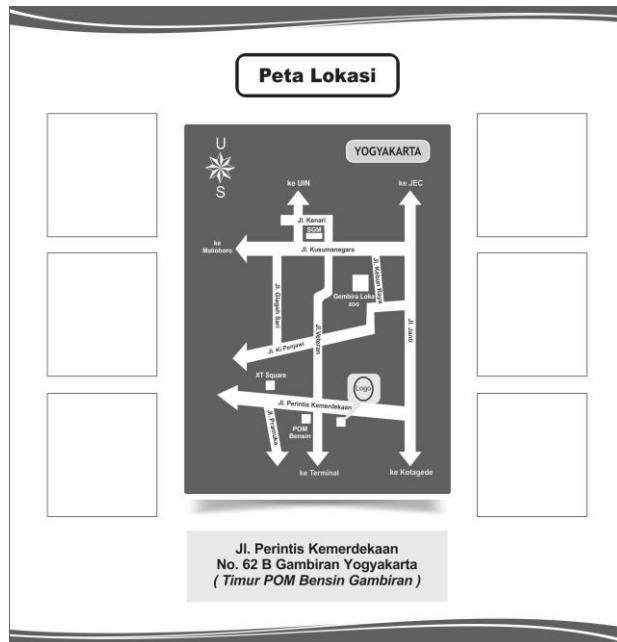
2) *Comprehensive Layout (layout lengkap)*



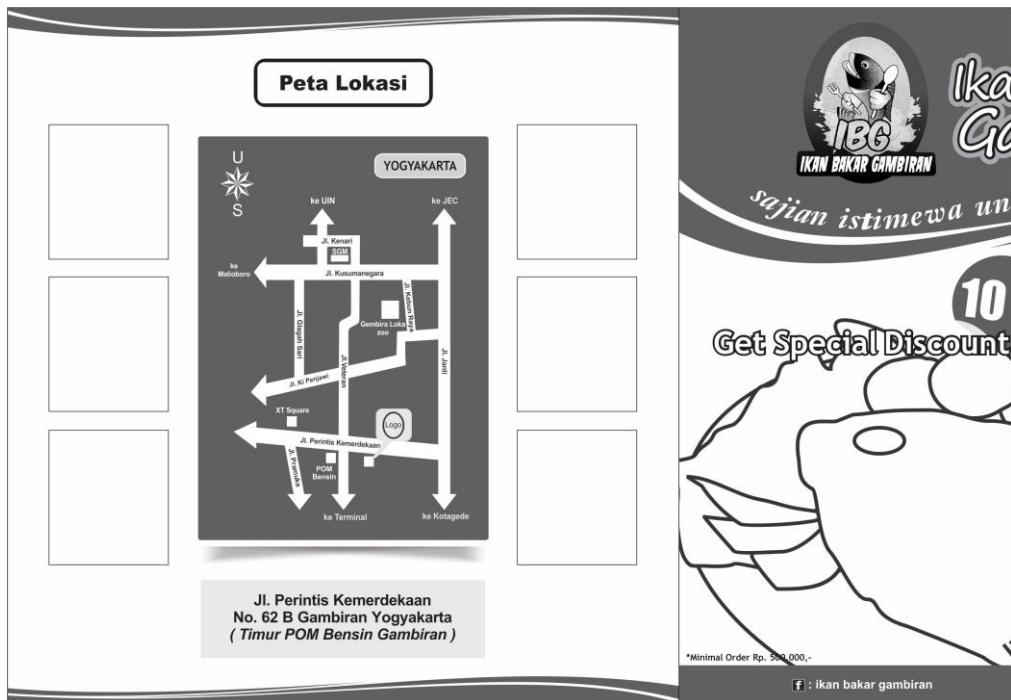
Gambar 46 : *Comprehensive layout Brosur tampak depan*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

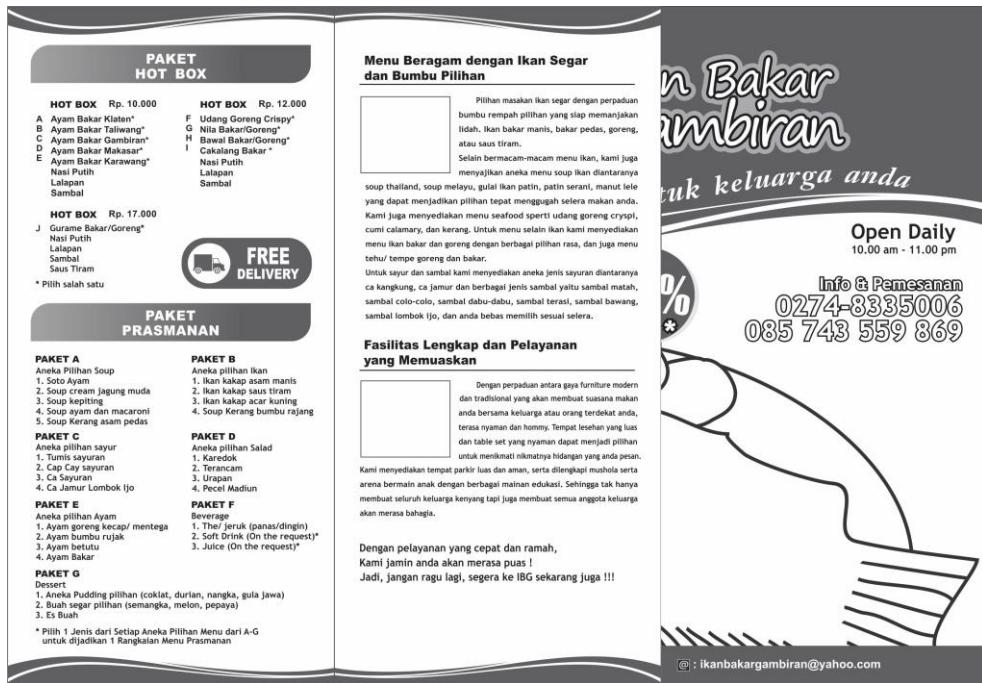


Gambar 47 : *Comprehensive layout Brosur tampak dalam*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 48 : *Comprehensive layout Brosur tampak belakang*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)





Gambar 49-50 : *Comprehensive layout Brosur tampak lembaran*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

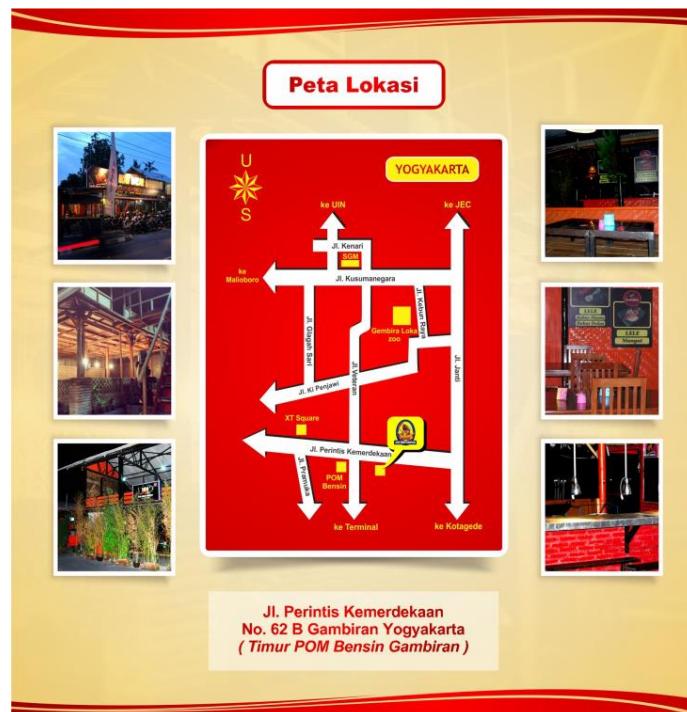
3) Final Design



Gambar 51 : *Final design Brosur tampak depan*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



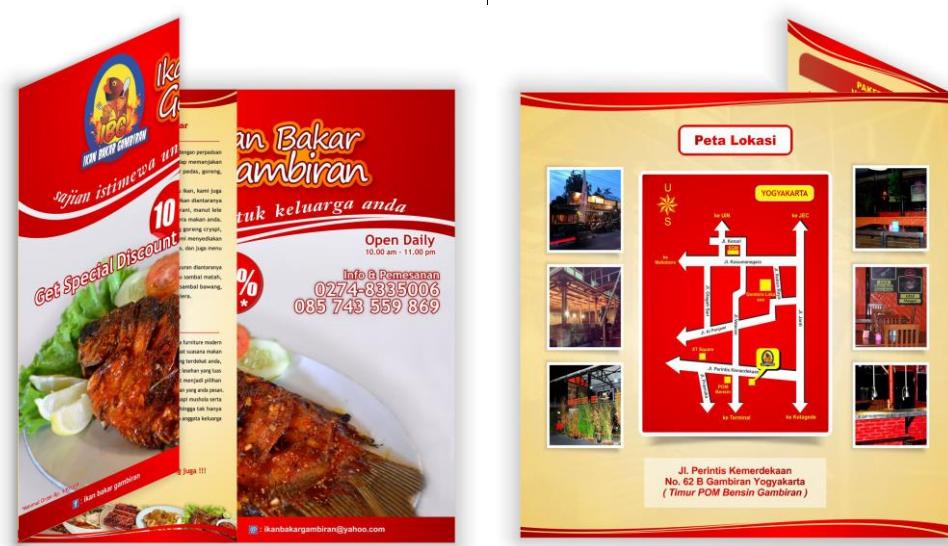
Gambar 52 : *Final design Brosur bagian dalam*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 53 : *Final design Brosur tampak belakang*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 54-55 : *Final Design Brosur tampak lembaran*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 56-57 : *Final Design Brosur* tampak lipatan
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : Brosur
 - b) Ukuran : 26 x 18 cm
 - c) Format : *Landscape*
 - d) Bahan : *Artpaper*
 - e) Keterangan :
- (1) Teks :
- (a) *Headline* : Halaman depan : "Ikan Bakar Gambiran (logo)", Halaman belakang : "Peta lokasi".
 - (b) *Subheadline* : Halaman depan : "Sajian istimewa untuk keluarga anda", Halaman isi 1 : "Paket hot box", "Paket prasmanan", Halaman isi 2 : "Menu beragam dengan ikan segar dan bumbu pilihan, "Fasilitas lengkap dan pelayanan yang

memuaskan”, Halaman belakang : “Yogyakarta”.

(c) *Body Copy* : Halaman *cover* depan : “Open daily 10.00 – 23.00 WIB”, “Info & pemesanan 0274 – 8335006 085743559869”. Halaman isi 1 : “Paket *hot box* Rp 10.000,- : Ayam bakar klaten, ayam bakar taliwang, ayam bakar gambiran, ayam bakar makasar, ayam bakar karawang, nasi putih, lalapan, sambal”, “Paket *hot box* Rp. 12.000,- : Udang goreng *crispy*, Nila bakar/goreng, bawal bakar/ goreng, Cakalang bakar, nasi putih lalapan sambal”, “Paket *hot box* Rp.17.000,- : Gurame bakar/goreng, nasi putih, lalapan, sambal, saus tiram”. “Pilih salah satu”. “Paket A” “Aneka pilihan soup : 1. Soto Ayam, 2. *Soup cream* jagung muda/ *soup* kepiting, 3. *Soup* Ayam dan macaroni, *Soup* kerang asam pedas”. “Paket B” “Aneka pilihan sayur : 1. Tumis sayuran, 2. Cap cay sayuran, 3. Ca sayuran, 4. Ca jamur lombok ijo”. “Paket C” “aneka pilihan ayam : 1. Ayam goreng kecap/ mentega, 2. Ayam bumbu rujak, 3. Ayam betutu, 4. Ayam bakar”. Paket D” “Aneka pilihan ikan : 1. Ikan kakap asam manis, 2. Ikan kakap saus tiram, 3. Ikan kakap acar kuning, 4. *Soup* kerang bumbu rajang”. “Paket E, “Aneka pilihan salad :1. karedok, 2. Teracam, 3. Urapan, 4. Pecel madiun”. “Paket F” “Dessert : 1. Aneka pudding pilihan (coklat, durian,

nangka, gula jawa), 2. Buah segar pilihan (semangka, melon, pepaya), 3. Es buah”. “Paket G” “Beverage : 1. Teh/jeruk (panas/dingin), 2. Soft drink (on the request), 3. Juice (on the request)”. “Pilih 1 jenis dari setiap aneka pilihan menu dari A-G untuk dijadikan 1 rangkaian menu prasmanan”.

Halaman isi 2 : “Pilihan masakan ikan segar dengan paduan bumbu rempah pilihan yang siap memanjakan lidah anda. Ikan bakar manis, bakar pedas, goreng atau saus asam manis dan saus tiram. Selain bermacam-macam menu ikan, kami juga menyajikan aneka menu *soup* ikan diantaranya *soup thailand*, *soup melayu*, gulai ikan patin, patin serani, mangut lele yang dapat menjadi pilihan tepat menggugah selera makan anda. Kami juga menyediakan menu *seafood* seperti udang goreng *crysphi*, cumi calamary, dan kerang. Untuk menu selain ikan kami menyediakan menu ayam bakar atau goreng dengan berbagai pilihan rasa, dan juga menu tahu tempe goreng dan bakar. Untuk sayur dan sambal kami menyediakan berupa aneka jenis sayuran, diantaranya ca kangkung, ca jamur, dan berbagai jenis sambal yaitu sambal, sambal matah, sambal colo-colo, sambal dabu-dabu, sambal terasi, sambal bawang, sambal lombok ijo dan anda bebas memilih sesuai selera. “Fasilitas

lengkap dan pelayanan yang memuaskan : dengan perpaduan antara gaya *furniture modern* dan tradisional yang akan membuat suasana makan anda bersama keluarga atau orang dekat anda terasa nyaman dan *hommy*. Tempat lesehan yang luas dan *table set* yang nyaman, dapat menjadi pilihan untuk menikmati nikmatnya hidangan yang anda pesan. Kami menyediakan tempat parkir luas dan aman, serta di lengkapi dengan mushola serta arena bermain anak dengan berbagai mainan edukasi. Sehingga tak hanya membuat seluruh keluarga kenyang tapi juga membuat semua anggota keluarga anda akan merasa bahagia. Dengan pelayanan yang cepat dan ramah, kami jamin anda akan merasa puas ! Jadi Jangan ragu lagi, segera ke IBG sekarang juga!”.

- (d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.
- (e) *Caption* : *Get special discount 10 %**.
- (f) *Closing Word* : Halaman depan : “*facebook* : Ikan Bakar Gambiran”, “*twitter* : ikanbakargambiran@yahoo.com”. Halaman belakang : “Alamat perusahaan : Jl. Perintis kemerdekaan no. 62B Gambiran Yogyakarta (timur POM bensin Gambiran)”.

(2) Visual/ ilustrasi :

Halaman *cover* depan : Desain *cover* brosur ini menampilkan logo sebagai identitas dan *product shot* berupa ikan bakar yang berukuran penuh pada halaman *cover* yang dijadikan sebagai ilustrasi utama supaya menjadi *point of interest*.

Halaman isi : Pada halaman isi menampilkan ilustrasi menu *soup* ikan dan foto tempat Restoran Ikan Bakar Gambiran, serta *product shot* berupa menu-menu Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu ikan bakar, *soup* ikan, tempe goreng, *seafood*, ayam bakar disusun seolah-olah menumpuk yang diletakkan pada *footer*.

Halaman *cover* belakang : Pada brosur ini menampilkan peta lokasi sebagai petunjuk jalan untuk mempermudah konsumen yang belum tahu lokasi Restoran Ikan Bakar Gambiran berada.

(3) Tipografi : *Segoe print* 42 pt (*headline* Ikan Bakar Gambiran); *Janson SSI* 22 pt (*Slogan*); *Arial Black* 10 pt, *Trebuchet MS* 9 pt, 12 pt, 22 pt (*Bodycopy*); *Trebuchet MS* 8 pt (*Closing word*).

(4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), dan kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(5) *Layout* :

Halaman *cover* depan : Menggunakan format *landscape* dengan satu lipatan setengah halaman, sehingga desain terlihat unik sehingga diharapkan menarik perhatian *audience*. *Border* dengan lekuk berbentuk visualisasi bara

api berwarna merah tua gradasi oranye menjadi aksen iklan sebagai ciri khas desain Restoran Ikan Bakar Gambiran. Pada *border* sebelah kiri terdapat *headline* yaitu “Ikan Bakar Gambiran” dengan *font* berwarna putih diberi kontur berwarna oranye gradasi kuning agar terlihat jelas dan berkesan timbul diatas *border* yang berwarna gelap. Sedangkan pada *border* sisi kanan terdapat keterangan info dan pemesanan beserta nomor telpon dengan teks berwarna putih, agar *audience* yang telah melihat brosur akan lebih mudah mencari informasi lebih lanjut. Pada bagian depan ada *caption* yaitu “*get special discount 10 %**” sebagai penawaran yang menarik kepada pengunjung untuk meningkatkan penjualan yang menguntungkan. Warna kuning pada bagian bawah berfungsi sebagai pembatas antara *body copy* dengan *product shot* agar *audiences* dapat fokus ketika membaca isi dari iklan.

Halaman isi 1 : Desain isi halaman pertama yaitu dengan *background* oranye muda gradasi kuning agar teks pada isi yang berupa paket-paket yang ditawarkan oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran dapat mudah terbaca. Pada desain *border* dan *footer* menggunakan desain *layout* seperti halaman depan tetapi dibuat agar lebih tipis agar terdapat cukup ruang untuk isi.

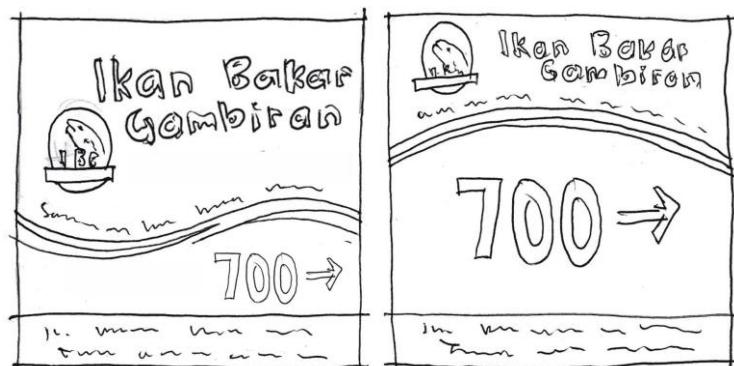
Halaman isi 2 : Desain isi halaman kedua sama dengan desain pada halaman pertama, dengan isi berupa visi dan misi perusahaan serta keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh Restoran Ikan Bakar Gambiran dengan *font* hitam agar teks mudah terbaca diatas *background* yang berwarna oranye. Ilustrasi berupa *product shot* yang diletakkan pada bagian bawah desain diharapkan mampu membuat desain terlihat menarik.

Halaman *cover* belakang : Pada desain *cover* belakang sama dengan desain *layout* halaman isi, dengan ilustrasi berupa peta serta foto bangunan restoran, desain peta menggunakan *background* merah tua gradasi oranye dengan keterangan gambar berwarna putih dan kuning agar desain tampak harmonis dengan desain *layout* yang telah ada. Pada desain peta diberi keterangan berupa jalan dan nama-nama tempat agar konsumen dapat dengan mudah mengerti. Selain peta ada ilustrasi berupa foto-foto bangunan Restoran Ikan Bakar Gambiran agar konsumen tahu tentang bentuk fisik restoran ini.

b. *Sign Board*

Sign Board adalah papan tanda atau papan yang memuat pesan/petunjuk, sering digunakan untuk mempromosikan/ mengiklankan produk, acara rumah untuk dijual dan sebagainya. Kadang juga digunakan untuk tanda peringatan atau kepentingan pendidikan (<http://senirupadipo.multiply.com>, diunduh tanggal 19 November 2011). Berikut desain *signboard* Restoran Ikan Bakar Gambiran :

1) *Rough Layout* (*layout* kasar)



Alternatif 1

Alternatif 2

Gambar 58 – 59 : ***Rough Layout SignBoard***

(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout (layout lengkap)*

Gambar 60 : *Comprehensive Layout SignBoard 1*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 61 : *Comprehensive Layout SignBoard 2*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*

Gambar 62 : *Final Design Sign Board 1*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 63 : *Final Design Sign Board* tampak perspektif 1
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : *Sign Board*
- b) Ukuran : 250 x 300 cm
- c) Format : *Portrait*
- d) Bahan : Aluminium
- e) Keterangan :

(1) Teks :

- (a) *Headline* : “Ikan Bakar Gambiran”.
- (b) *Subheadline* : “sajian istimewa untuk keluarga anda”.
- (c) *Body Copy* : “700 M”
- (d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.
- (e) *Caption* : -
- (f) *Closing Word* : “0274 8335006”.

(2) Visual/ ilustrasi :

Menampilkan logo Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai identitas utama dan angka 700 M serta bentuk panah sebagai keterangan jarak Restoran Ikan Bakar Gambiran.

- (3) Tipografi : *Segoe print 818 pt (headline “Ikan Bakar Gambiran”)*, *Janson SSI 410 pt (subheadline)*, *VAGRounded BT 1.125 pt (body copy “300m-700m”)*, *Trebuchet MS 479 pt (nomor HP)*.
- (4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(5) *Layout* :

Desain *sign board* menggunakan format *portrait*, *background* berwarna oranye gradasi kuning sebagai ciri khas Restoran Ikan Bakar Gambiran, angka 700 M yang menunjukkan jarak serta panah dibagian kanan sebagai petunjuk jalan. *Font* berwarna merah dengan *outline* putih yang digunakan yaitu huruf yang tebal agar *audience* dapat mudah melihat saat berkendara, karena *signboard* ini diletakkan di pinggir jalan raya. Pada desain *border* dan *footer* sama dengan desain yang telah dibuat sebelumnya, yaitu dengan *headline* berupa logo dan *brand* Restoran Ikan Bakar sebagai pusat perhatian. *Subheadline* berupa slogan diletakkan dibawah *headline* di dalam *border*. Petunjuk arah berupa jarak serta anak panah berada di tengah sebagai *bodycopy* agar *audience* segera tahu letak Restoran Ikan Bakar Gambiran, serta pada *footer* digunakan sebagai *closing word* yang berupa nomor telpon.



Gambar 64 : *Final Design SignBoard 2*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 65 : **Final Design Sign Board** tampak perspektif 2
 (Sumber : Dokumentasi pribadi)

a) Keterangan :

(1) Teks :

- (a) *Headline* : “Ikan Bakar Gambiran”.
- (b) *Subheadline* : “sajian istimewa untuk keluarga anda”.
- (c) *Body Copy* : “300 M”
- (d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.
- (e) *Caption* : -
- (f) *Closing Word* : “0274 8335006”.

(2) Visual/ ilustrasi :

Menampilkan logo Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai identitas utama dan angka 300 M serta bentuk panah sebagai keterangan jarak Restoran Ikan Bakar Gambiran.

(6) Tipografi : *Segoe print 818 pt (headline “Ikan Bakar Gambiran”)*, *Janson SSI 410 pt (subheadline)*”, *VAGRounded BT 1.125 pt (body copy “300m-700m”)*”, *Trebuchet MS 479 pt (nomor HP)*”.

(3) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(4) *Layout* :

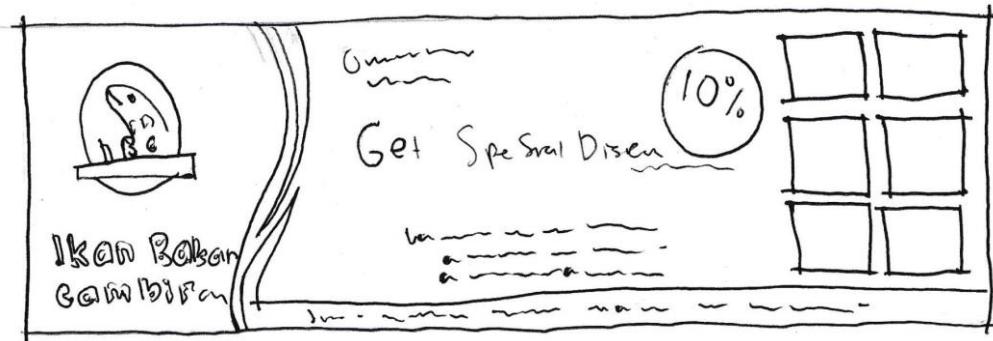
Desain *signboard* menggunakan format *portrait*, *background* berwarna oranye gradasi kuning sebagai ciri khas Restoran Ikan Bakar Gambiran, angka 300 M yang menunjukkan jarak serta panah dibagian kiri sebagai petunjuk jalan. *Font* berwarna merah dengan *outline* putih yang digunakan yaitu huruf yang tebal agar *audience* dapat mudah melihat saat berkendara, karena *signboard* ini diletakkan dipinggir jalan raya. Pada desain *border* dan *footer* sama dengan desain yang telah dibuat sebelumnya, yaitu dengan *headline* berupa logo dan *brand* Restoran Ikan Bakar sebagai pusat perhatian. *Subheadline* berupa slogan diletakkan dibawah *headline* didalam *border*. Petunjuk arah berupa jarak serta anak panah berada di tengah sebagai

bodycopy agar *audience* segera tahu letak Restoran Ikan Bakar Gambiran, serta pada *footer* digunakan sebagai *closing word* yang berupa nomor telpon.

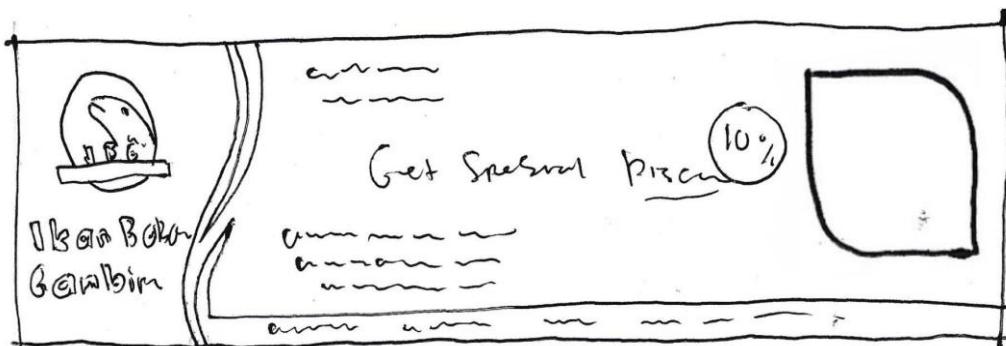
c. Spanduk

Spanduk adalah kain membentang biasanya berada tepi jalan yang berisi teks, warna dan gambar, (<http://aneka-wacana.blogspot.com>, diunduh tanggal 09 juni 2013). Berikut desain spanduk Restoran Ikan Bakar Gambiran :

- 1) *Rough Layout* (*layout kasar*)



Gambar 66 : ***Rough Layout Spanduk alternatif 1***
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 67 : ***Rough Layout Spanduk alternatif 2***
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout* (layout lengkap)



Gambar 68 : **Comprehensive Layout Spanduk**
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*



Gambar 69 : **Final Design Spanduk**
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : Spanduk
 - b) Ukuran : 400 x 100 cm
 - c) Format : *Landscape*
 - d) Bahan : *Vinyl*
 - e) Keterangan :
- (1) Teks :
- (a) *Headline* : “Get special discount 10%*”.
 - (b) *Subheadline* : “Ikan Bakar Gambiran”.
 - (c) *Body Copy* : “,Open daily 10.00-23.00 WIB”, “Menerima pesanan :

nasi box, delivery order, paket prasmanan (ultah, arisan, dll)”.

(d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.

(e) *Caption* : -

(f) *Closing Word* : Alamat perusahaan : “Jl. Perintis kemerdekaan no. 62B Gambiran Yogyakarta (timur POM bensin Gambiran), telp (0274) 8335006, 085743559869”.

(2) Visual/ ilustrasi :

Menampilkan logo sebagai identitas dan *product shot* berupa contoh menu Restoran Ikan Bakar Gambiran berjumlah enam, yaitu ikan bakar, ikan goreng, udang, *seafood*, ayam goreng dan *soup* ikan yang ditata secara simetris dengan *background* warna putih .

(3) Tipografi : *Trebuchet MS* 400 pt (*headline* “*get special discount 10%*”), *Trebuchet MS* 170 pt, 150 pt (*body copy*), *Segoe print* 386 pt (Ikan Bakar Gambiran), *Trebuchet MS* 146 pt (*baseline* “ Alamat dan nomor telpon”).

(4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(5) *Layout* :

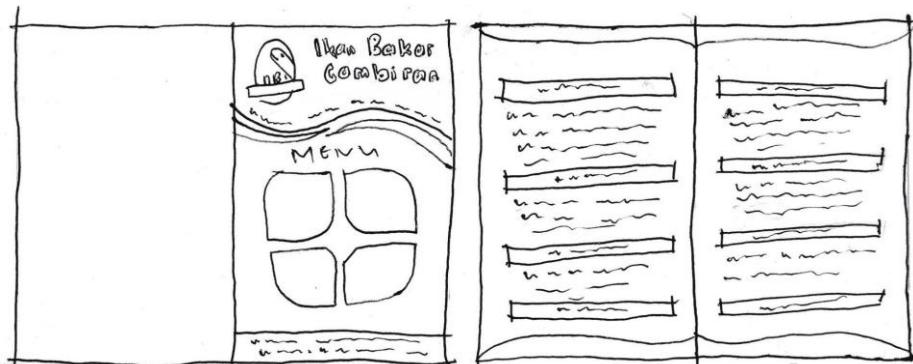
Desain spanduk ini menggunakan format *landscape* yang memanjang dengan pembagian asimetris agar terkesan dinamis, menarik, dan komunikatif. Dengan *get special discount 10%* digunakan sebagai *headline* utama yang

diletakkan ditengah, dengan ukuran besar dengan *font* putih dengan kontur merah agar tampak menyala dan jelas ketika dilihat orang dari jarak pandang yang jauh. Angka 10% dibuat dalam lingkaran berwarna merah agar memberi *emphasis* (penekanan) sehingga *audience* fokus pada pesan media ini. Pada samping kiri desain *layout* seperti desain yang sebelumnya dengan warna merah tua gradasi oranye yang digunakan untuk meletakkan *logogram*. *Logogram* ditempatkan sebelah kiri sebagai identitas utama, dengan *layout* yang ada pada desain sebelumnya tetapi dibuat menyamping agar desain terlihat dinamis. Pada desain bagian kanan ditempatkan ilustrasi berupa *product shot* untuk menarik *audience* dan agar desain tampak *balance*.

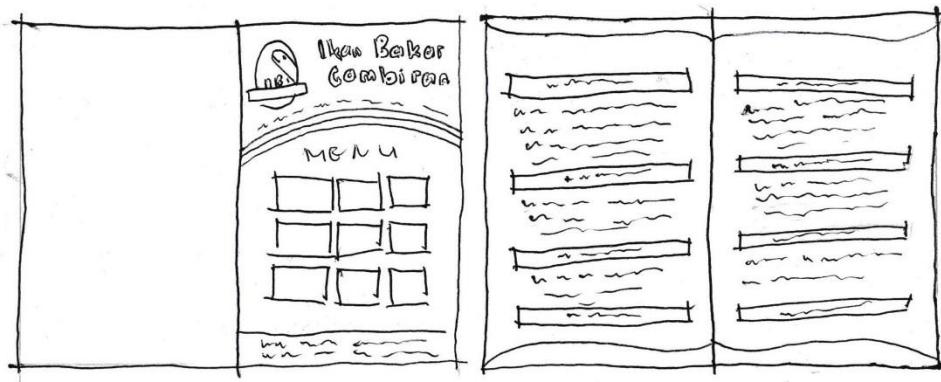
d. Buku Menu

Buku menu berfungsi sebagai petunjuk bagi pengunjung agar dapat melihat daftar menu dan memesan menu yang diinginkan di Restoran Ikan Bakar Gambiran. Berikut desain buku menu Restoran Ikan Bakar Gambiran :

- 1) *Rough Layout* (*layout* kasar)

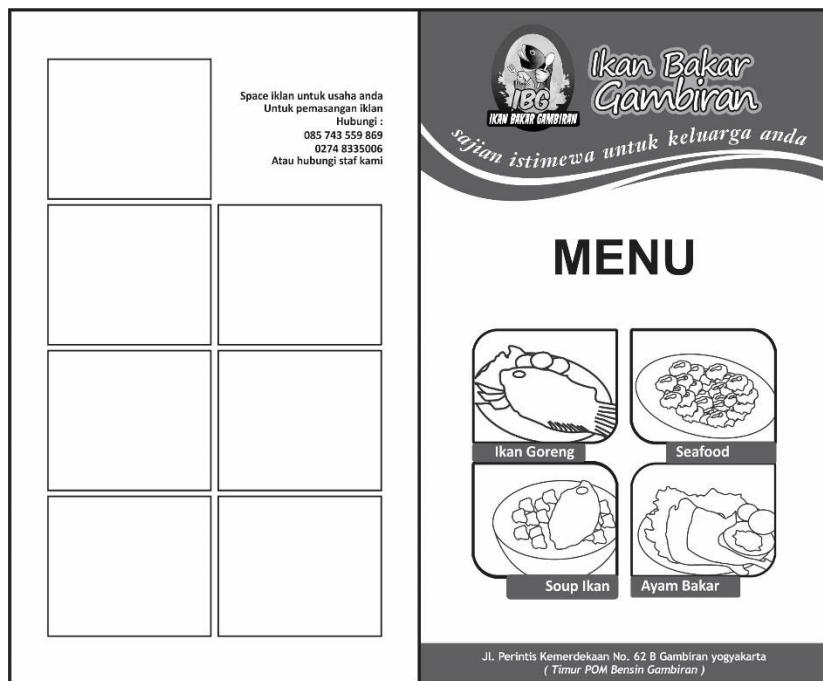


Gambar 70: ***Rough Layout Buku Menu alternatif 1***
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

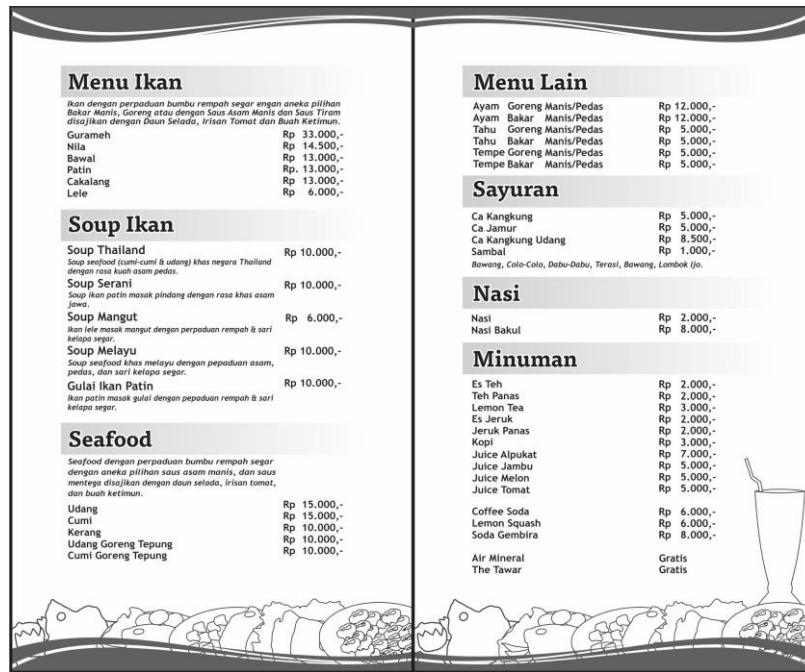


Gambar 71 : *Rough Layout Buku Menu alternatif 2*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout* (layout lengkap)



Gambar 72 : *Comprehensive layout Buku Menu tampak depan dan belakang*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 73 : *Comprehensive layout Buku Menu* tampak dalam
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*



Gambar 74 : *Final Design Buku Menu* halaman depan dan belakang
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 75 : *Final Design Buku Menu halaman dalam*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 76-77 : *Final Design Buku Menu tampak lipatan*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : Buku Menu
- b) Ukuran : 28 x 23 cm
- c) Format : *Landscape*
- d) Bahan : *Art Carton*
- e) Keterangan :
- (1) Teks :
- (a) *Headline* : Halaman *cover* depan : “menu”.
- (b) *Subheadline* : Halaman *cover* depan : “ikan bakar gambiran”, Halaman dalam 1 : “menu ikan”, “soup ikan”, “seafood”. Halaman dalam 2 : “menu lain”, “sayuran”, “nasi”, “minuman”.
- (c) *Slogan* : “sajian istimewa untuk keluarga anda”.
- (d) *Body Copy* : Halaman *cover* depan : “ikan goreng”, “seafood”, “soup ikan”, “ayam goreng”.
- Halaman isi 1: “Ikan dengan perpaduan bumbu rempah segar dengan aneka pilihan bakar manis, goreng atau dengan saus asam manis dan saus tiram disajikan dengan daun selada, irisan tomat dan buah ketimun”, “Gurameh : Rp 33.000,- Nila : Rp 14.500,- Bawal : Rp 13.000 Patin : Rp 13.000,- Cakalang : Rp 13.000,- Lele : Rp 6.000,-”, “*Soup* thailand : Rp 10.000,- “*Soup seafood* (cumi-cumi & udang) khas negara thailand dengan rasa kuah asam pedas”. “*Soup* serani : Rp 10.000,- “*Soup* ikan

patin masak pindang dengan rasa khas asam jawa”, “*Soup mangut* : Rp 6.000,- “Ikan lele masak mangut dengan perpaduan rempah & sari kelapa segar”. “*Soup melayu* : Rp 10.000,- “*Soup seafood* khas melayu dengan perpaduan asam, pedas, dan sari kelapa segar”. “*Gulai ikan patin* : Rp 10.000,- “Ikan patin masak gulai dengan perpaduan rempah & sari kelapa segar”. “*Seafood* dengan perpaduan bumbu rempah segar dengan aneka pilihan saus asam manis, saus mentega disajikan dengan daun selada, irisan tomat, dan buah ketimun”, “*Udang* Rp 15.000,- *Cumi* Rp 15.000,- *Kerang* Rp 10.000,- *Udang goreng tepung* Rp 10.000,- *Cumi goreng Tepung* Rp 10.000,-“.

Halaman isi 2: “*Ayam goreng manis/ pedas* : Rp 12.000,- *Ayam bakar manis/ pedas* : Rp 12.000,- *Tahu goreng manis/ pedas* : Rp 5.000,- *Tahu bakar manis/ pedas* : Rp 5.000,- *Tempe goreng manis/ pedas* : Rp 5.000,-“. “*Ca kangkung* : Rp 5.000,- *Ca jamur* Rp 5.000,- *Ca kangkung udang* Rp 8.500,- “. “*Sambal* : Rp 1000,-“ “*Bawang, colo-colo, dabu-dabu, terasi, bawang, lombok ijo* “.“*Nasi*”, “*Nasi Rp 2.000,- Nasi bakul* Rp 8.000,-“. “*Es teh* Rp 2.000,- *Teh panas* Rp 2.000,- *Lemon tea* Rp 3.000,- *Es jeruk* Rp 2.000,- *Jeruk Panas* Rp 2.000,- *Kopi* Rp 3.000,- *Alpukat* Rp 7.000,- *Jambu* Rp 5.000,- *Melon* Rp 5.000,- *Tomat*

Rp 5.000,- Coffee soda Rp 6.000,- Lemon squash Rp 6.000,- Soda gembira Rp 8.000,- Air mineral gratis, Teh tawar gratis”.

(e) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.

(f) *Caption* : -

(g) *Closing Word* : Alamat perusahaan : “Jl. Perintis kemerdekaan no. 62B

Gambiran Yogyakarta (timur POM bensin Gambiran)”.

(2) Visual/ ilustrasi :

Halaman *cover* depan : Pada halaman *cover* depan buku menu menampilkan logo sebagai identitas dan menu utama Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai *product shot* yang berjumlah empat diantaranya yaitu ikan bakar, *seafood*, ayam goreng dan *soup* ikan.

Halaman isi 1 : Pada bagian isi 1 terdapat ilustrasi yaitu *product shot* berupa contoh menu Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu ikan goreng, ikan bakar, *soup* ikan, ayam bakar, *seafood* yang diletakkan dibagian bawah sebagai penarik perhatian dan membuat desain tampak harmonis.

Halaman isi 2 : Pada halaman isi 2 ilustrasi sama dengan pada halaman isi 1 hanya saja ada tambahan ilustrasi berupa contoh minuman berupa *juice*.

(3) Tipografi : *Trebuchet MS* 47 pt (*headline* “MENU”), *Segoe print* 41 pt (*subheadline* “Ikan Bakar Gambiran”), *Janson SSI* 20 pt (*slogan*), *TisaOT-Bold* 20 pt (*body copy*), *Trebuchet MS* ,7 pt, 9 pt, 11 pt (*body copy*), *Closing word* *Trebuchet MS* 10 pt (berupa alamat dan nomor telpon) .

(4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), dan kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(5) *Layout* :

Halaman *cover* depan : Menggunakan format *landscape*, karena akan dilipat berbentuk buku kecil yang berformat *portrait* pada *cover*. Teks “MENU” sebagai *headline* utama yang diletakkan ditengah agar menjadi perhatian utama. *Border* dengan lekuk berbentuk visualisasi bara api berwarna merah tua gradasi oranye menjadi aksen *cover* sebagai ciri khas desain Restoran Ikan Bakar Gambiran. Pada *border* sebelah kiri terdapat “Ikan Bakar Gambiran” dengan *font* berwarna putih diberi *outline* berwarna oranye gradasi kuning agar terlihat jelas dan berkesan timbul diatas *border* yang berwarna gelap. slogan diletakkan dibawah logo dan pada *closing word* berupa alamat beserta nomor telpon Restoran Ikan Bakar Gambiran.

Halaman isi 1 : Desain *layout* isi halaman 1 yaitu dengan *background* oranye muda gradasi kuning agar teks pada isi dengan *font* berwarna hitam agar mudah terbaca. Pada desain *border* dan *footer* menggunakan desain *layout* seperti halaman depan tetapi dibuat agar lebih tipis agar terdapat cukup ruang untuk isi. Ilustrasi diletakkan pada bagian *footer* yang ditata seolah-olah menumpuk untuk membuat desain lebih dinamis sekaligus sebagai gambaran bagi pelanggan yang akan memesan menu.

Halaman isi 2 : Desain *layout* isi halaman 2 sama dengan desain pada halaman 1 hanya saja ada tambahan ilustrasi berupa menu minuman berupa

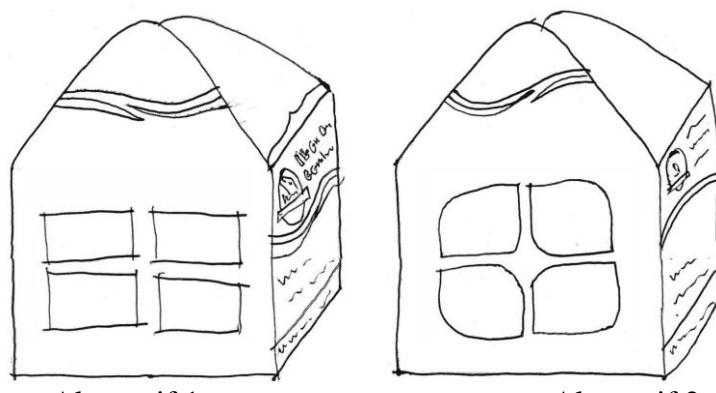
juice untuk mengisi *space* yang kosong sekaligus membuat desain lebih menarik.

Halaman belakang : Pada halaman belakang dimanfaatkan sebagai *space* iklan, disamping memanfaatkan ruang kosong, *space* iklan ini bisa untuk menambah pengasilan dari biaya sewa bagi perusahaan yang ingin beriklan. Desain *space* iklan berupa bidang persegi yang ditata secara simetris sehingga iklan yang dipasang dapan tersusun dengan rapi, sehingga pelanggan nyaman ketika melihatnya.

e. *Packaging*

Packaging adalah perencanaan barang untuk menempatkan barang tersebut kedalam wadah atau tempat yang memerlukan akan penentuan desain dan pembuatan kemasan dapat berasal dari berbagai macam bahan seperti plastik, karton, gelas dan lain-lain. Berikut ini adalah desain *packaging* restoran Ikan Bakar Gambiran :

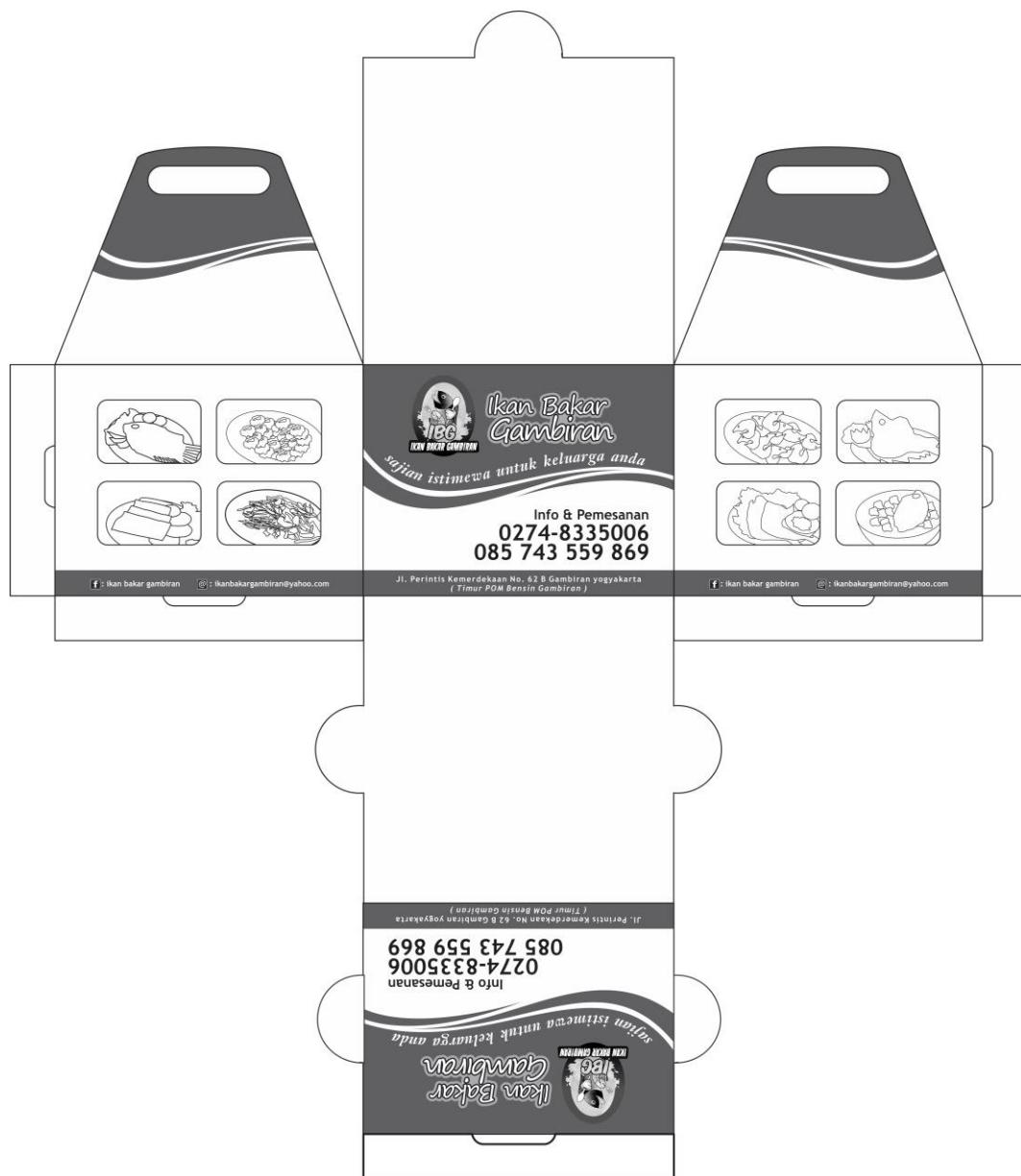
1) *Rough Layout (layout kasar)*



Gambar 78 - 79 : ***Rough Layout Packaging***

(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout (layout lengkap)*



Gambar 80 : **Comprehensive Layout Packaging**
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*



Gambar 81 : *Final Design Packaging*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 82 : ***Final Design Packaging*** Tampak perspektif
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : *Packaging*
- b) Ukuran : 20 x 20 x 15 cm
- c) Format : *Portrait*
- d) Bahan : Kertas *Ifori*
- e) Keterangan :

 - (1) Teks :

 - (a) *Headline* : “Ikan Bakar Gambiran (logo)”.
 - (b) *Subheadline* : “Sajian istimewa untuk keluarga anda”.
 - (c) *Body Copy* : “Info & pemesanan, 0274-8335006, 085743559869”.
 - (d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.

(e) *Caption* : -

(f) *Closing Word* : Sisi depan : Alamat perusahaan : “Jl. Perintis kemerdekaan no. 62B Gambiran Yogyakarta (timur POM bensin Gambiran)”. Sisi samping : “*facebook* : ikan bakar gambiran”, “*twitter* : ikanbakargambiran@yahoo.com”.

(2) Visual/ ilustrasi :

Desain *packaging* ini menampilkan logo sebagai identitas utama dan menu utama Restoran Ikan Bakar Gambiran sebagai *product shot* para sisi samping 1 yaitu ikan bakar, *seafood*, tempe dan ca kangkung. Pada sisi 2 yaitu udang, ikan goreng, ayam bakar, dan *soup* ikan.

(3) Tipografi : *Headline* menggunakan *font Segoe print 70 pt. Sub headline* menggunakan *font Janson SSI 40 pt. Bodycopy* menggunakan *font Trebuchet MS 44 pt, 72 pt. Closing word* menggunakan *font Trebuchet MS 18 pt.*

(4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), dan kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(5) *Layout* :

Halaman sisi depan : Desain *packaging* ini berbentuk persegi menggunakan format *portrait* dengan tutup pada bagian atas sekaligus sebagai pegangan. Desain *packaging* Restoran Ikan Bakar Gambiran ini dengan menekankan pada perbedaan tingkatan warna antara merah, oranye dan

kuning untuk menarik perhatian pembaca, hal ini juga ditujukan dengan penataan elemen-elemen visual secara asimetris. *Border* dengan lekuk berbentuk visualisasi bara api berwarna merah tua gradasi oranye sebagai ciri khas desain Restoran Ikan Bakar Gambiran. *Headline* yaitu “Ikan Bakar Gambiran” dengan *font* berwarna putih diberi kontur berwarna oranye gradasi kuning agar terlihat jelas dan berkesan timbul diatas *border* yang berwarna gelap. Bagian isi menampilkan nomor telpon agar *audience* gampang mengingat. Bagian *footer* digunakan sebagai *closing word* berupa alamat restoran dengan warna merah gradasi oranye dengan *font* berwarna putih agar teks mudah terlihat dan seimbang dengan desain *border*.

Halaman sisi samping : Pada halaman samping berupa ilustrasi *product shot* yang masing-masing berjumlah 4 yang ditata secara simetris dengan kontur ilustrasi berwarna putih. Pada dua sisi ilustrasi yang ditampilkan berbeda agar desain tampak menarik perhatian, sekaligus menampilkan menu-menu yang menjadi unggulan Restoran Ikan Bakar Gambiran.

f. Stiker

Stiker merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel dan bisa ditempel di mana saja. Stiker juga kadang-kadang memiliki nilai kebanggaan tersendiri bagi pemasangnya, (Kusrianto :2007:334).

Berikut ini adalah desain stiker Restoran Ikan Bakar Gambiran:

1) *Rough Layout (layout kasar)*

Gambar 83-84 : **Rough Layout Stiker**
 (Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout (layout lengkap)*

Gambar 85 : **Comprehensive Layout Stiker**
 (Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*

Gambar 86 : ***Final Design Stiker***
 (Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : Stiker
- b) Ukuran : 5 x 10 cm
- c) Format : *Landscape*
- d) Bahan : *Vinyl/Graftac*
- e) Keterangan :
- (1) Teks :
 - (a) *Headline* : "Ikan Bakar Gambiran".
 - (b) *Subheadline* : -
 - (c) *Body Copy* : -
 - (d) *Signature* : "logo Ikan Bakar Gambiran".
 - (e) *Caption* : -
- (f) *Closing Word* : Alamat perusahaan : "Jl. Perintis kemerdekaan no. 62B

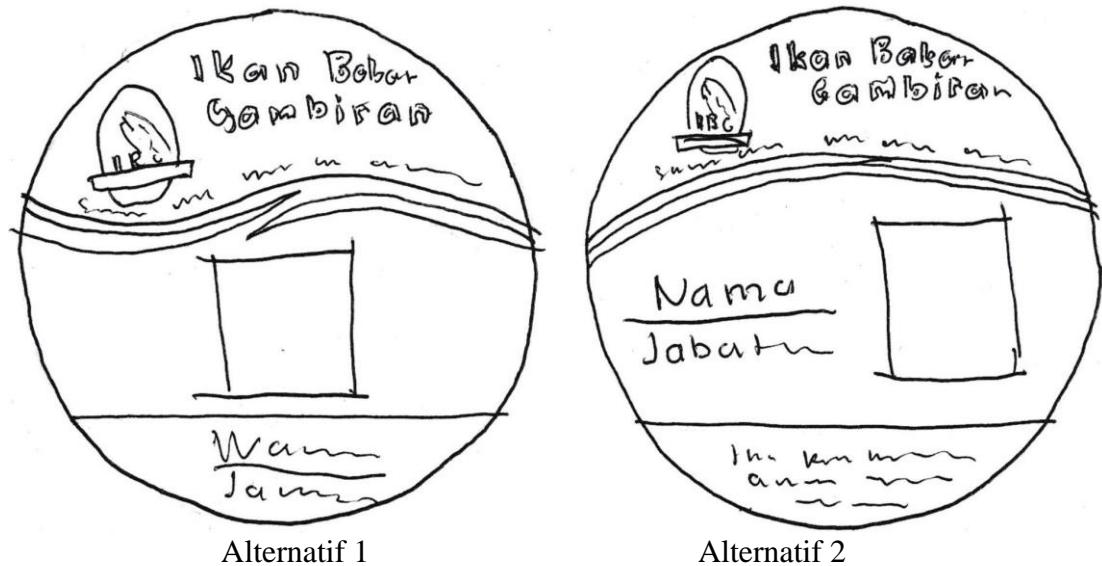
Gambiran Yogyakarta (timur POM bensin Gambiran), telp 0274-8335006, 085743559869”.

- (2) Visual/ ilustrasi : Menggunakan logo yang dijadikan sebagai ilustrasi utama.
- (3) Tipografi : *Headline* menggunakan *font Segoe print 32 pt. Closing word* menggunakan *font Trebuchet MS 10 pt.*
- (4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).
- (5) *Layout* :

Desain stiker ini menggunakan format *landscape* dengan penataan elemen-elemen visual secara asimetris agar desain terlihat komunikatif dan dinamis. *Background* berwarna oranye gradasi kuning, *headline* “Ikan Bakar Gambiran” dengan *font* warna putih kontur berwarna oranye agar jelas dan mudah terbaca. Teks berukuran besar sehingga *audience* langsung tertuju pada *headline* ketika pertama melihat stiker. Ilustrasi yang berupa logo dan *headline* sebagai *center of interest*. Pada bagian *closing word* berupa alamat diberi pembatas berupa garis berwarna merah, yang dibuat transparan ke kanan agar desain tidak menutup logo pada sisi kanan.

g. *ID Card*

ID Card berfungsi sebagai identitas karyawan Restoran Ikan Bakar Gambiran, selain itu juga sebagai tanda pengenal setiap karyawan. Berikut ini adalah desain *id card* Restoran Ikan Bakar Gambiran:

1) *Rough Layout (layout kasar)*Gambar 87 - 88 : **Rough Layout ID Card**

(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout (layout lengkap)*Gambar 89 : **Comprehensive Layout ID Card**

(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*

Gambar 90 : *Final Design ID Card*
 (Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : *ID Card*
- b) Ukuran : 9 x 9 cm
- c) Format : *Landscape*
- d) Bahan : Almunium
- e) Keterangan :
 - (1) Teks :
 - (a) *Headline* : “Nama”, Jabatan”.
 - (b) *Subheadline* : “Ikan Bakar Gambiran”.
 - (c) *Body Copy* : -
 - (d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.

(e) *Caption* : -

(f) *Slogan* : Sajian istimewa untuk keluarga anda.

(g) *Closing Word* : -

(2) *Visual/ ilustrasi* : Desain *ID card* ini menampilkan logo sebagai identitas utama, dan foto sebagai tanda pengenal pegawai Restoran Ikan Bakar Gambiran.

(3) *Tipografi* : *Headline* menggunakan *font Segoe print 22 pt. Sub headline 10 pt. Closing word* menggunakan *font Trebuchet MS 14 pt, 7.5 pt.*

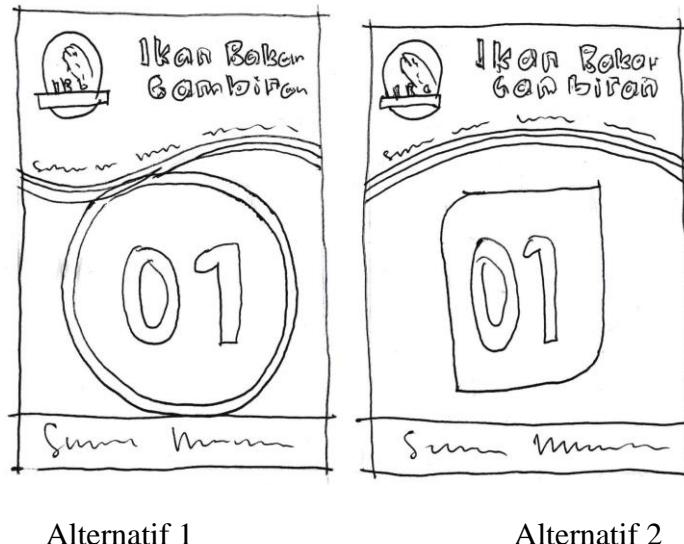
(4) *Warna* : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(5) *Layout* :

ID card ini dibuat menjadi pin dengan bentuk lingkaran, *background* oranye gradasi kuning dengan penempatan ilustrasi berupa foto, bingkai foto diletakkan pada tengah bagian isi. *Border* sama dengan bentuk *layout* pada desain sebelumnya untuk menempatkan logo dan slogan. Pada bagian footer berwarna merah untuk menempatkan *headline* berupa nama dan jabatan untuk mengimbangi desain *border*.

h. Nomor Meja

1) *Rough Layout* (*layout kasar*)



Gambar 91 - 92 : ***Rough Layout*** Nomor Meja
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout* (*layout lengkap*)



Gambar 93 : ***Comprehensive Layout*** Nomor Meja
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*



Gambar 94 : *Final Design* Nomor Meja
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Gambar 95 : *Final Design* Nomor Meja tampak perspektif
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : Nomor Meja
- b) Ukuran : 6 x 10 cm
- c) Format : *Portrait*
- d) Bahan : *Acrylic*
- e) Keterangan :

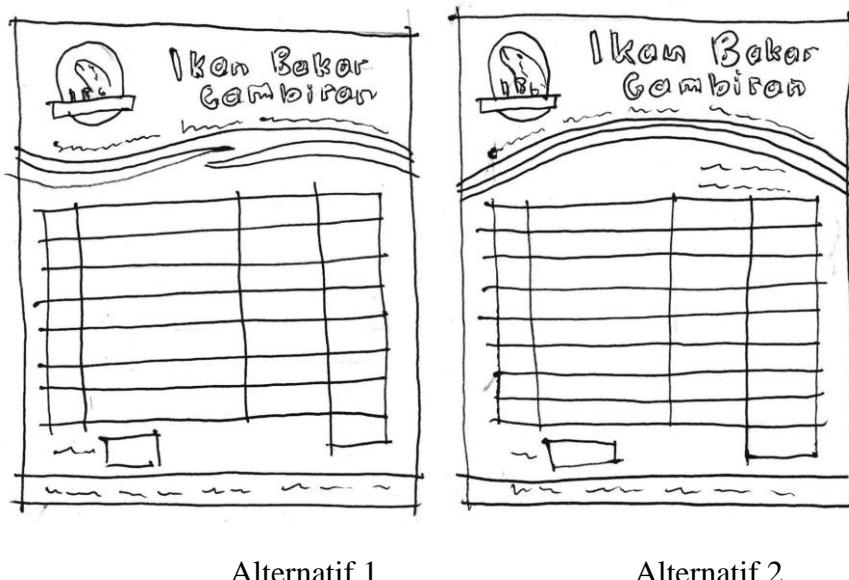
 - (1) Teks :

 - (a) *Headline* : “Nomor meja”
 - (b) *Subheadline* : “Ikan Bakar Gambiran”.
 - (c) *Body Copy* : “Sajian istimewa untuk keluarga anda”.
 - (d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.
 - (e) *Caption* : -
 - (f) *Closing Word* : “Selamat Menikmati”.

- (2) Visual/ ilustrasi : Ilustrasi menampilkan logo sebagai identitas utama, dan menampilkan nomor urut meja yang berada dalam lingkaran.
- (3) Tipografi : *Headline* menggunakan font *Segoe print* 16 pt. *Sub headline* 9 pt. *Body copy* menggunakan font *Impact* 80 pt. *Closing word* menggunakan font *Trebuchet MS* 15 pt
- (4) Warna : Oranye (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), merah tua (C: 25, M: 100, Y: 100, K: 31), merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0), kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0).

(5) *Layout* :

Desain nomor meja Restoran Ikan Bakar Gambiran ini menggunakan format *portrait* dengan menekankan pada perbedaan tingkatan warna antara merah, oranye dan kuning untuk menarik perhatian. *Border* dengan lekuk berbentuk visualisasi bara api berwarna merah tua gradasi oranye menjadi ciri khas desain Restoran Ikan Bakar Gambiran. Angka meja dibuat berukuran besar dengan warna hitam, didesain didalam lingkaran agar *audience* langsung terfokus ketika pertama kali melihat nomor meja ini. Bagian *footer* digunakan sebagai *closing word* berupa “selamat menikmati” agar *audience* yang melihat akan bertambah nafsu makan menu yang telah dipesan.

i. **Nota**1) *Rough Layout* (*layout* kasar)

Gambar 96-97 : ***Rough Layout Nota***
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

2) *Comprehensive Layout (layout lengkap)*

Gambar 98 : *Comprehensive Layout Nota*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

3) *Final Design*

Gambar 99: *Final Design Nota*
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- a) Nama media : Nota
- b) Ukuran : 10,5 x 16,2 cm
- c) Format : *Portrait*
- d) Bahan : Kertas
- e) Keterangan :

 - (1) Teks :

 - (a) *Headline* : “Ikan Bakar Gambiran (logo)”.
 - (b) *Subheadline* : “Sajian istimewa untuk keluarga anda”.
 - (c) *Body Copy* : “No”, “Pesanan”, “Jumlah”, “Harga”.
 - (d) *Signature* : “logo Ikan Bakar Gambiran”.
 - (e) *Caption* : -

(f) *Closing Word* : Alamat perusahaan : “Jl. Perintis kemerdekaan no. 62B
Gambiran Yogyakarta (timur POM bensin Gambiran)”.

- (2) Visual/ ilustrasi : Desain nota ini menampilkan logo sebagai identitas utama.
- (3) Tipografi : *Headline* menggunakan *font Segoe print 24 pt.* *Subheadline 9 pt.* *Body copy* menggunakan *font Trebuchet MS 8 pt.* *Closing word* menggunakan *font Trebuchet MS 7 pt.*
- (4) Warna : merah (C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0).
- (5) *Layout* : Format yang digunakan adalah *portrait*, dengan garis tepi berbentuk persegi sebagai pembatas nota agar mata *audience* tertuju pada isi nota. Logo pada bagian kiri atas dan kolom isi terletak dibawah logo. Pada bagian bawah kolom isi terhadap kolom nomor meja, dan pada bagian *footer* berupa garis berwarna merah untuk meletakkan alamat perusahaan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran bertujuan untuk menciptakan karya desain komunikasi visual yang komunikatif dan tepat sasaran, selain itu tujuan utama dari pembuatan media ini adalah untuk memperkenalkan Restoran Ikan Bakar Gambiran kepada masyarakat luas dan meningkatkan penghasilan Restoran Ikan Bakar Gambiran.

Berdasarkan analisis data maka untuk kepentingan media promosi dapat dijabarkan hal-hal berikut:

- a. Konsep pada perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini adalah “Bebakaran”, maksud dari penggunaan konsep bebakaran dilatarbelakangi oleh *brand* restoran yaitu Ikan Bakar Gambiran, sehingga bila diterapkan pada perancangan media yaitu dengan menampilkan warna *orange* dan merah sebagai warna identitas utama dan *layout* yang mewakili bara api yang disajikan secara kreatif. Perancangan ini menggunakan ilustrasi realis berupa *product shot* menu-menu Restoran Ikan Bakar Gambiran untuk membantu media promosi agar pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah diterima *audience*.
- b. Metode perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran dilakukan melalui tahap, yaitu: identifikasi, konsep perancangan, visualisasi desain, dan produksi. Proses pengambilan data dengan cara wawancara dan dokumentasi

foto sedangkan proses analisis data menggunakan analisis SWOT yaitu: *Strength* (S)/ kekuatan, *Weakness* (W)/ kelemahan, *Opportunities* (O)/ peluang, dan *Threats* (T)/ ancaman

- c. Proses visualisasi dilakukan dengan teknik manual dan digital menggunakan *softwere* pengolah *image* seperti *CorelDraw X6*, dan *Adobe Photoshop CS4*. Proses visualisasi melalui 3 tahap yaitu: *Rough layout* (*layout* kasar), *Comprehensive layout* (*layout* lengkap), dan *final design* (desain final).
- d. Hasil dari perancangan media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran yaitu berupa media utama iklan surat kabar yang ditayangkan di surat kabar Tribun Jogja, dan media pendukung yaitu : brosur, *signboard*, spanduk, buku menu, *packaging*, stiker, *id card*, nomor meja, dan nota.
- e. Pemilihan bahan disesuaikan dengan media promosi yang telah tersedia. Dalam pemilihan warna digunakan gradasi warna orange sebagai warna khas Restoran Ikan Bakar Gambiran, selain warna orange warna yang digunakan yaitu merah dan kuning yang digradasikan agar terlihat harmonis dan memberi kesan kehangatan, kegembiraan, kenyamanan, dan energi positif. *Font* yang digunakan dalam perancangan ini yaitu *font* *Sogoe Print*, *Janson SSI*, *TisaOT-Bold* dan *Trebuchet*.

B. Saran

1. Desain media promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran ini dapat digunakan sebagai salah satu alternatif media promosi bagi Restoran Ikan Bakar Gambiran.
2. Bagi desainer yaitu penting untuk menciptakan karya yang baik dalam desain komunikasi visual maka perlu menggunakan *font* yang tepat, *layout* yang baik dan warna yang harmoni agar enak dilihat, mudah dipahami dan mudah dibaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Ananda, Maya. 1978. *Seluk Beluk Reklame Dalam Dunia Perdagangan*, Jakarta: Mutiara
- Atmodjo, Marsum Widjojo. 2005. *Restoran Dan Segala Permasalahannya*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Badudu, Zain. 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Elemen-elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*, Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Danger,E.P.1992, *Memilih Warna Kemasan*, jakarta : PT. Pustaka Binawan Pressindo
- Djayakusuma, Tams. 1982. *Periklanan*. Bandung: Armico
- Harsokusomo, Darmawan. 2000. *Pengantar Perancangan Teknik Perancangan Produk*, Bandung: Dirjen Pendidikan Tinggi Depdiknas.
- Hendratman, Hendi. 2006. *Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika Bandung.
- Indrojarwo, Baroto Tavip. 2006. *Panduan Desain Komunikasi Visual*, Surabaya : Penerbit ITS
- Iskandar, Syahril. 2007. Aplikasi Periklanan Menggunakan CorelDraw X3. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Jefkins, Rhenald. 1997. *Periklanan*, Jakarta: Erlangga.
- Jhon, M. Echols dan Hasan, Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Renald. 1995. Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya di Indonesia. Cet IV, Jakarta. Pustaka Utama Grafiti.
- Kusmiati, Artini , 1999, *Media Promosi Dan Periklanan*, Bandung : Bina Cipta

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Nugroho, Eko. 2008 .*Pengenalan Teori Warna*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : *Erlangga*
- Pujianto. 2001. *Periklanan*. Malang : Universitas Negeri Malang.
- Pujirianto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Rustan, Suryanto S.Sn. 2009. *Mendesain Logo*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa, Sigit. 2002. *Advertising Guide Book*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Sanyoto, Ebdi, Sadjiman.2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain (Nirmana)*, Yogyakarta : CV.Arti Bumi Intaran
- Supriyanto, Aji. 2005. *Pengantar Teknologi dan Informasi*. Jakarta : Penerbit Salemba Infotek.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta : Buana Pustaka Indonesia Press.
- Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan Yang Menjual*, Jakarta: PT Gramedia.

Sumber dari internet

<http://aneka-wacana.blogspot.com/> 09/06/2012 19.00 wib.

<http://belajarsemangatz.blogspot.com/> 28/11/2011 21.00 wib.

<http://gunawanwibisono.wordpress.com/> 28/11/2011 20.00 wib.

<http://ibnusomo.blogspot.com>, 14 /01/2012 17.30 wib.

<http://inoz3ro.blogspot.com>, 19/12/2011 19.30 wib.

<http://percetakanmoca.wordpress.com>, 29/04/2014 19.00 wib.

<http://senirupadipo.multiply.com/> 15/12/2011 15.00 wib.

LAMPIRAN

GLOSARIUM

Attention: Pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapat dari pengindraan, ingatan maupun proses kognitif lainnya.

Audience : Para hadirin, penonton, pendengar. Orang yang sedang mendengarkan ceramah, pidato atau siaran radio.

Client : client atau Pelanggan atau langganan merujuk pada individu atau rumah tangga, perusahaan yang membeli barang atau jasa yang dihasilkan dalam ekonomi. Secara spesifik, kata ini sering pula diartikan sebagai seseorang yang terbiasa untuk membeli barang pada suatu toko tertentu.

Conviction : Kepastian, pendirian, kepercayaan, keyakinan, penghukuman, anutan.

Decision : Seseorang atau kelompot yang membuat pilihan akhir diantara alternatif (pengambil keputusan).

Desire : Hasrat, keinginan, idaman, gairah, kemauan, kehendak.

Efektifitas : Bisa mencapai tujuan yang maksimal dari yang diharapkan.

ID Card : Kartu identitas atau kartu tanda pengenal. Fungsinya untuk mengenali identitas seseorang atau kelompok.

Interest : Perhatian, kepentingan, minat.

Layout : Perpaduan warna, ilustrasi dan tipografi hingga terbentuklah sebuah desain sesuai dengan tema atau *image* yang dibentuk.

Logogram : yaitu logo yang tersusun dari bentuk yang terucapkan (rangkaian huruf yang mudah dibaca)

Logotype : yaitu logo yang tersusun dari bentuk yang tidak terucapkan (gambar)

Loyalitas : setia pada sesuatu dengan rasa cinta, sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk orang lain/ perusahaan tempat dia meletakan loyalitasnya.

Packaging : ilmu, seni dan teknologi yang dilindungi atau melindungi produk untuk distribusi, penyimpanan, penjualan, dan digunakan.

Review : Peninjauan, tinjauan, ulasan, pemeriksaan, menyimak, mengkaji.

Readibility : Kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahanya untuk di baca

Seafood : Hidangan laut, makanan hasil laut.

Sing Board : Papan tanda atau papan yang memuat pesan/petunjuk, sering digunakan untuk mempromosikan/ mengiklankan produk, acara, rumah untuk dijual dan sebagainya.

FINAL DESIGN

1. Iklan Surat Kabar



2. Brosur



PAKET HOT BOX

HOT BOX Rp. 10.000 A Ayam Bakar Klaten* B Ayam Bakar Taliwang* C Ayam Bakar Gambiran* D Ayam Bakar Makasar* E Ayam Bakar Karawang* <i>Nasi Putih</i> <i>Lalapan</i> <i>Sambal</i>	HOT BOX Rp. 12.000 F Udang Goreng Crispy* G Nila Bakar/Goreng* H Bawal Bakar/Goreng* I Cakalang Bakar* <i>Nasi Putih</i> <i>Lalapan</i> <i>Sambal</i>
---	---

HOT BOX Rp. 17.000

J Gule Bakar/Goreng*
Nasi Putih
Lalapan
Sambal
Saus Tiram

* Pilih salah satu

FREE DELIVERY

PAKET PRASMANAN

PAKET A <i>Aneka pilihan Soup</i> 1. Soto Ayam 2. Sup cream Jagung muda 3. Sup kepingit 4. Sup ayam dan macaroni 5. Sup Kerang asam pedas	PAKET B <i>Aneka pilihan Ikan</i> 1. Ikan kakap osam manis 2. Ikan kakap saus tiram 3. Ikan kakap acar kuning 4. Soup Kerang bumbu rajang
PAKET C <i>Aneka pilihan sayur</i> 1. Tumis sayuran 2. Cap Cay sayuran 3. Ca Sayuran 4. Ca Jamur Lombok Ijo	PAKET D <i>Aneka pilihan Salad</i> 1. Karedok 2. Terancam 3. Urapan 4. Pecel Maduun
PAKET E <i>Aneka pilihan Ayam</i> 1. Ayam goreng kecap/ mentega 2. Ayam goreng rujak 3. Ayam betutu 4. Ayam Bakar	PAKET F <i>Beverage</i> 1. The/ Jeruk (panas/dingin) 2. Sari Drink (On the request)* 3. Juice (On the request)*
PAKET G <i>Dessert</i> 1. Aneka Pudding pilihan (coklat, durian, nangka, gula jawa) 2. Buah segar pilihan (semangka, melon, pepaya) 3. Es Buah	

* Pilih 1 Jenis dari Setiap Aneka Pilihan Menu dari A-G untuk Dijadikan 1 Kategori Menu Prasmanan

Menu Beragam dengan Ikan Segar dan Bumbu Pilihan

Pilihan masakan ikan segar dengan perpaduan bumbu rempah pilihan yang siap memanjakan lidah. Ikan bakar manis, bakar pedas, goreng, atau saus tiram.

Selain bermacam-macam menu ikan, kami juga menyajikan aneka menu soup ikan diantaranya soup thailand, soup melayu, gule ikan patin, patin serani, manut lele yang dapat menjadikan pilihan tepat menggugah selera makan anda. Kami juga menyediakan menu seafood seperti udang goreng crispy, cumi calamary, dan kerang. Untuk menu selain ikan kami menyediakan menu ikan bakar dan goreng dengan berbagai pilihan rasa, dan juga menu tehur tempe goreng dan bakar.

Untuk sayur dan sambal kami menyediakan aneka jenis sayuran diantaranya ca kangkung, ca jamur dan berbagai jenis sambal yaitu sambal matah, sambal colo-colo, sambal dabu-dabu, sambal terasi, sambal bwang, sambal lombok ijo, dan anda bebas memilih sesuai selera.

Fasilitas Lengkap dan Pelayanan yang Memuaskan

Dengan perpaduan antara gaya furniture modern dan tradisional yang akan membuat suasana makan anda bersama keluarga atau orang terdekat anda, terasa nyaman dan homy. Tempat lesehan yang luas dan table set yang nyaman dapat menjadi pilihan untuk menikmati nikmatnya hidangan yang anda pesan.

Kami menyediakan tempat parkir luas dan aman, serta dilengkapi mushola serta arena bermain anak dengan berbagai mainan edukasi. Sehingga tak hanya membuat seluruh keluarga kenyang tapi juga membuat semua anggota keluarga akan merasa bahagia.

Dengan pelayanan yang cepat dan ramah, Kami jamin anda akan merasa puas !

Jadi, jangan ragu lagi, segera ke IBG sekarang juga !!!

IBG

Peta Lokasi

**Jl. Perintis Kemerdekaan
No. 62 B Gambiran Yogyakarta
(Timur POM Bensin Gambiran)**

3. *Sign Board*



4. Spanduk



5. Buku Menu



Menu Ikan

Ikan dengan perpaduan bumbu rempah segar dengan aneka pilihan Bakar Manis, Goreng atau dengan Saus Asam Manis dan Saus Tiram disajikan dengan Daun Selada, Irisan Tomat dan Buah Ketimun.

Gurameh	Rp 33.000,-
Nila	Rp 14.500,-
Bawal	Rp 13.000,-
Patin	Rp 13.000,-
Cakalang	Rp 13.000,-
Lele	Rp 6.000,-

Soup Ikan

Soup Thailand	Rp 10.000,-
Soup seafood (cumi-cumi & udang) khas negara Thailand dengan rasa kuah asam pedas.	
Soup Serani	Rp 10.000,-
Soup Ikan patin masak pindang dengan rasa khas asam jawa.	
Soup Mangut	Rp 6.000,-
Ikan lele masak mangut dengan perpaduan rempah & sari kelapa segar.	
Soup Melayu	Rp 10.000,-
Soup seafood khas melayu dengan perpaduan asam, pedas, dan sari kelapa segar.	
Gulai Ikan Patin	Rp 10.000,-
Ikan patin masak gulai dengan perpaduan rempah & sari kelapa segar.	

Seafood

Seafood dengan perpaduan bumbu rempah segar dengan aneka pilihan saus asam manis, dan saus mentega disajikan dengan daun selada, irisan tomat, dan buah ketimun.

Udang	Rp 15.000,-
Cumi	Rp 15.000,-
Kerang	Rp 10.000,-
Udang Goreng Tepung	Rp 10.000,-
Cumi Goreng Tepung	Rp 10.000,-

Menu Lain

Ayam Goreng Manis/Pedas	Rp 12.000,-
Ayam Bakar Manis/Pedas	Rp 12.000,-
Tahu Goreng Manis/Pedas	Rp 5.000,-
Tahu Bakar Manis/Pedas	Rp 5.000,-
Tempe Goreng Manis/Pedas	Rp 5.000,-
Tempe Bakar Manis/Pedas	Rp 5.000,-

Sayuran

Ca Kangkung	Rp 5.000,-
Ca Jamur	Rp 5.000,-
Ca Kangkung Udang	Rp 8.500,-
Sambal	Rp 1.000,-
Bawang, Cola-Colo, Dabu-Dabu, Terasi, Bawang, Lombok Ijo.	

Nasi

Nasi	Rp 2.000,-
Nasi Bakul	Rp 8.000,-

Minuman

Es Teh	Rp 2.000,-
Teh Panas	Rp 2.000,-
Lemon Tea	Rp 3.000,-
Es Jeruk	Rp 2.000,-
Jeruk Panas	Rp 2.000,-
Kopi	Rp 3.000,-
Juice Alpukat	Rp 7.000,-
Juice Jambu	Rp 5.000,-
Juice Melon	Rp 5.000,-
Juice Tomat	Rp 5.000,-
Coffee Soda	Rp 6.000,-
Lemon Squash	Rp 6.000,-
Soda Gembira	Rp 8.000,-
Air Mineral	Gratis
The Tawar	Gratis

6. Packaging





7. Stiker



8. Id Card



9. Nomor Meja



10. Nota

Ikan Bakar Gambiran			
sajian istimewa untuk keluarga anda			
NO	PESANAN	JUMLAH	HARGA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
TOTAL :			<input type="text"/>
No. Meja : <input type="text"/>			
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 62 B Yogyakarta Telp: 0274-8335006			

DOKUMENTASI



***Flyer Restoran Ikan Bakar Gambiran
(Dokumentasi pribadi)***



Bangunan Restoran Ikan Bakar Gambiran

(Dokumentasi pribadi)



Bangunan Restoran Ikan Bakar Gambiran
(Dokumentasi pribadi)

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara dengan Amri Harjanto pengelola Restoran Ikan Bakar

Gambiran.

1. *Kenapa diberi nama Ikan Bakar Gambiran?*

Nama Ikan Bakar Gambiran diambil dari nama tempat dimana restoran ini didirikan yaitu di kelurahan Gambiran, Umbulharjo, Yogyakarta. Hal ini dipilih agar setiap orang ketika pertama kali mendengar nama restoran Ikan Bakar Gambiran dapat langsung menerka dan mengetahui restoran ini berada. Sedangkan nama “Ikan Bakar” diambil dari menu utama yang disediakan oleh restoran ini.

2. *Sejak kapan restoran Ikan Bakar Gambiran berdiri?*

Restoran ini berdiri pada tanggal 25 September 2010.

3. *Apa yang membedakan restoran Ikan Bakar Gambiran dengan restoran lain?*

Menu-menu yang disediakan restoran ini lengkap dengan rasa yang lezat dengan bumbu-bumbu pilihan, yang membedakan dengan restoran sejenis yang lain.

4. *Apa sajakah menu-menu yang disediakan oleh restoran Ikan Bakar Gambiran?*

Kami menyediakan berbagai menu olahan ikan baik bakar maupun goreng. Selain itu kami juga menyediakan menu seafood dan menu-menu non-ikan.

5. *Berapakah omzet yang didapat restoran Ikan Bakar Gambiran setiap bulan?*

Untuk omzet masih kurang dari yang kami targetkan, karena masih banyak yang belum tahu tentang restoran ini.

6. *Apakah visi dan misi dari restoran Ikan Bakar Gambiran?*

Ingin menyajikan menu-menu yang terbaik kepada pelanggan, dan berkomitmen penuh demi kepuasan pelanggan.

7. *Bagaimanakah promosi yang sudah dilakukan?*

Promosi yang sudah kami lakukan yaitu dengan menggunakan *flyer* yang kami sebarkan melalui kantor-kantor. Selebihnya hanya lewat mulut-kemulut.

8. *Apakah kendala dalam mempromosikan restoran Ikan Bakar Gambiran?*

Masih minimnya media promosi yang ada sekarang ini.

9. *Sudah efektifkah promosi yang dilakukan selama ini?*

Kami merasa kurang efektif, karena masih belum dipromosikan secara maksimal.

10. *Cara apakah yang diharapkan untuk meningkatkan penjualan?*

Kita ingin media promosi yang efektif dan menarik, dan selalu melakukan promosi secara berkesinambungan, agar jangkauan pelanggan kami lebih luas lagi.

11. *Siapakah target audience untuk produk restoran Ikan Bakar Gambiran?*

Target *audience* kami yaitu keluarga, pekerja kantor, dan pegawai dengan status sosial kalangan menengah keatas. Diperuntukkan bagi orang dewasa yang berdomisili di sekitar kota Yogyakarta dan sekitarnya.

12. *Apa yang diharapkan dari media promosi ini, untuk kemajuan restoran Ikan Bakar Gambiran?*

Harapan kami yaitu meningkatnya omzet penjualan, dan dapat mengembangkan restoran ini lebih besar lagi.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS BAHASA DAN SENIAlamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207
http://www.fbs.uny.ac.id/FRM/FBS/33-01
10 Jan 2011

6 Oktober 2011

Nomor : 1994/H.34.12/PP/X/2011

Lampiran : --

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Pimpinan
Restoran Ikan Bakar Gambiran
di Yogyakarta

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud akan mengadakan survei/observasi/penelitian untuk memperoleh data menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

Perancangan Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, Yogyakarta

Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama	:	ENDRA AHMAD RIFAI
NIM	:	07206241036
Jurusan/ Program Studi	:	Pendidikan Seni Rupa
Waktu Pelaksanaan	:	Bulan Oktober s.d. November 2011

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon izin dan bantuan seperlunya.

Atas izin dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



BUKTI PERNYATAAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amri Harjanto

Jabatan : Pengelola Restoran Ikan Bakar Gambiran

Menerangkan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

Nama : Endra Ahmad Rifai

NIM : 07206241036

Jurusan : Pendidikan Seni Rupa

Telah melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi guna memperoleh data yang lengkap dan akurat, tentang TAKS (Tugas Akhir Karya Seni) berjudul "Perancangan Media Promosi Restoran Ikan Bakar Gambiran, Yogyakarta."

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Yogyakarta, 25 November 2011

Pengelola

Amri Harjanto