

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
DENARO PIZZA DAN RESTO YOGYAKARTA**

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Seni Rupa



Disusun Oleh
Ardiyana Indra Saputra
NIM 09206241007

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul Perancangan Media Promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 31. Oktober 2013

Pembimbing I

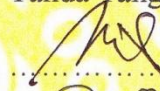



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Kuncoro W. Dewojati', with a stylized flourish at the end.

Drs. R. Kuncoro W. Dewojati, M.Sn.
NIP. 19660320 199412 1 001

PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) yang berjudul “Perancangan Media Promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta” ini telah diperthankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 Oktober 2013

DEWAN PENGUJI


Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Mardiyatmo, M.Pd.	Ketua Penguji		31 Oktober 2013
Eni Puji Astuti, S.Sn, M.Sn.	Sekretaris		31 Oktober 2013
Zulfi Hendri, S.Pd, M.Sn.	Penguji Utama		31 Oktober 2013
Drs. R. Kuncoro W D, M.Sn.	Penguji Pendamping		31 Oktober 2013

Yogyakarta, 31. Oktober 2013

Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan




Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.
NIP. 19530505 19811 1 011

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **Ardiyana Indra Saputra**
NIM : 09206241007
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, Tugas Akhir Karya Seni ini tidak berisi 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 ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 1 Oktober 2013

Penulis,



Ardiyana Indra Saputra

NIM. 09206241007

MOTTO

Selalu memberikan yang terbaik dalam segala hal

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir Karya Seni ini ku persembahkan kepada :

Tuhan Yang Maha Esa dan kedua orang tua saya, yang begitu sabar dan penuh

kasih sayang dalam mendidikku selama ini.

KATA PENGANTAR

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

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih secara tulus kepada Rektor UNY, Bapak Prof. Dr. H. Rochmat Wahab, M.Pd.,M.A, Dekan FBS UNY, Bapak Prof. Dr. Zamzani, M.Pd dan Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Bapak Drs. Mardiyatmo, M.Pd, yang telah memberikan kesempatan dan berbagai kemudahan kepada saya. Kepada pembimbing TAKS, R. Kuncoro Dewojati M.Sn, dengan penuh kesabaran, dan kebijaksanaan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tiada henti-hentinya disela-sela kesibukannya.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada kedua orang tua, dan kakakku yang telah memberikan dukungan secara spiritual, moral, material, hingga saya dapat menyelesaikan studi dan Tugas Akhir Karya Seni ini dengan baik. Tidak lupa ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Bapak Andreas Setiawan selaku pemilik Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta, yang telah bersedia memberikan kesempatan dan bantuan kepada penulis selama pengambilan data penelitian, dan teman-teman semua angkatan pendidikan seni rupa dan kerajinan Universitas Negeri Yogyakarta yang tidak dapat saya sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan dan amal baik yang telah diberikan mendapat pahala dari Tuhan Yang Maha Esa. Besar harapan penulis semoga bermanfaat bagi pribadi khususnya dan pengembangan Jurusan Pendidikan Seni Rupa di UNY.

Yogyakarta, 17 Oktober 2013

Penulis,



Ardiyana Indra S

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan Perancangan.....	4
F. Manfaat.....	4
BAB II KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN.....	5
A. Kajian Teori.....	5
1. Desain Komunikasi Visual.....	5
2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	6
3. Prinsip - Prinsip Desain.....	13
4. Desain Kemasan (<i>Packaging</i>)	19
5. Tinjauan tentang <i>Sign System</i>	20
6. Tinjauan tentang Perancangan.....	21
7. Tinjauan tentang Media Promosi.....	22

8. Profil Denaro Pizza dan Resto.....	24
B. Metode Perancangan.....	26
1. Metode Pengumpulan Data.....	26
2. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3. Alat dan Instrumen.....	29
4. Analisis Data.....	30
5. Konsep Media.....	32
6. Program Media.....	35
7. Skema Perancangan.....	38
BAB III KONSEP PERANCANGAN DAN VISUALISASI DESAIN.....	39
A. Konsep Perancangan.....	39
1. Strategi Visual Secara Umum.....	40
2. Strategi Visual Verbal.....	40
3. Strategi Visual Non Verbal.....	41
B. Visualisasi Desain.....	47
1 Media Utama (<i>Prime Media</i>).....	47
a. Poster 1.....	47
b. Poster 2.....	50
c. Spanduk.....	54
2 Media Penunjang (<i>Supporting Media</i>).....	57
a. <i>X-Benner</i>	57
b. <i>Uniform</i>	61
c. <i>Flayer</i>	64
d. <i>Acrylic Stand</i>	67
e. <i>Leaflet</i>	70
f. Kartu Nama.....	75
g. <i>Sign System</i>	78
h. <i>Box Kemasan</i>	81
i. Kalender.....	85
3 <i>Merchandise</i>	88
a. <i>Stiker</i>	98

b. <i>Mug</i>	91
c. Pin.....	93
BAB IV PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Respon Psikologis Warna.....	13
Tabel 2	Daftar Produk dan Harga Denaro Pizza.....	25
Tabel 3	Daftar Menu Paket Denaro Pizza.....	26
Tabel 4	Pelaksanaan ProgramMedia Utama.....	36
Tabel 5	Pelaksanaan Program Media Penunjang.....	36
Tabel 6	Estimasi Biaya Media Utama.....	37
Tabel 7	Estimasi Biaya Media Penunjang.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1	Komponen Visual pada Huruf.....	9
Gambar	2	Keseimbangan Simetris.....	14
Gambar	3	Keseimbangan Asimetris.....	14
Gambar	4	Keseimbangan Radial.....	15
Gambar	5	Irama Regular.....	16
Gambar	6	Irama Mengalir.....	16
Gambar	7	Irama Progresif.....	17
Gambar	8	Skala dan Proporsi.....	17
Gambar	9	Hirarki/Susunan.....	18
Gambar	10	Kontras.....	18
Gambar	11	Kesatuan/ <i>Unity</i>	19
Gambar	12	Lantai 1.....	27
Gambar	13	Lantai 1.....	27
Gambar	14	Lantai 2.....	27
Gambar	15	Lantai 3.....	27
Gambar	16	<i>Hawaiian Chicken Pizza</i>	28
Gambar	17	<i>Pizza Margherita</i>	28
Gambar	18	<i>Pepperoni Pizza</i>	28
Gambar	19	<i>Four season Pizza</i>	28
Gambar	20	<i>Layout</i> Gagasan Ide Desain Poster 1.....	47
Gambar	21	<i>Layout</i> Kasar Desain Poster 1.....	47
Gambar	22	<i>Comprehensive Layout</i> Desain Poster 1.....	48
Gambar	23	Final Desain Poster 1.....	48
Gambar	24	<i>Layout</i> Gagasan Ide Desain Poster 2.....	50
Gambar	25	<i>Layout</i> Kasar Desain Poster 2.....	51
Gambar	26	<i>Comprehensive Layout</i> Desain Poster 2.....	51
Gambar	27	Final Desain Poster 2.....	52
Gambar	28	<i>Layout</i> Gagasan Ide Desain Spanduk.....	54

Gambar	29	<i>Layout Kasar Desain Spanduk.....</i>	54
Gambar	30	<i>Comprehenshive Layout Desain Spanduk.....</i>	55
Gambar	31	Final Desain Spanduk.....	55
Gambar	32	<i>Layout Gagasan Ide Desain X-Banner</i>	57
Gambar	33	<i>Layout Kasar Desain X-Banner.....</i>	57
Gambar	34	<i>Comprehenshive Layout Desain X-Banner</i>	58
Gambar	35	Final Desain <i>X-Banner.....</i>	59
Gambar	36	<i>Layout Gagasan Ide Desain Uniform</i>	61
Gambar	37	<i>Layout Kasar Desain Uniform.....</i>	61
Gambar	38	<i>Comprehenshive Layout Desain Uniform</i>	62
Gambar	39	Final Desain <i>Uniform.....</i>	62
Gambar	40	<i>Layout Gagasan Ide Desain Flayer.....</i>	64
Gambar	41	<i>Layout Kasar Desain Flayer.....</i>	64
Gambar	42	<i>Comprehenshive Layout Desain Flayer</i>	65
Gambar	43	Final Desain <i>Flayer.....</i>	65
Gambar	44	<i>Layout Gagasan Ide Desain Acrylik Stand.....</i>	67
Gambar	45	<i>Layout Kasar Desain Acrylik Stand.....</i>	68
Gambar	46	<i>Comprehenshive Layout Desain Acrylik Stand</i>	68
Gambar	47	Final Desain <i>Acrylik Stand.....</i>	69
Gambar	48	<i>Layout Gagasan Ide Desain Leaflet.....</i>	70
Gambar	49	<i>Layout Kasar Desain Leaflet.....</i>	71
Gambar	50	<i>Comprehenshive Layout Desain Leaflet.....</i>	71
Gambar	51	<i>Comprehenshive Layout Desain Leaflet.....</i>	72
Gambar	52	Final Desain <i>Leaflet.....</i>	72
Gambar	53	Final Desain <i>Leaflet.....</i>	73
Gambar	54	<i>Layout Gagasan Ide Desain Kartu Nama.....</i>	75
Gambar	55	<i>Layout Kasar Desain Kartu Nama.....</i>	75
Gambar	56	<i>Comprehenshive Layout Desain Kartu Nama.....</i>	76
Gambar	57	Final Desain <i>Kartu Nama.....</i>	76
Gambar	58	<i>Layout Gagasan Ide Desain Sign System.....</i>	78
Gambar	59	<i>Layout Kasar Desain Sign System.....</i>	78

Gambar	60	<i>Comprehenshive Layout Desain Sign System</i>	79
Gambar	61	<i>Final Desain Sign System</i>	79
Gambar	62	<i>Layout Gagasan Ide Desain Box Kemasan</i>	81
Gambar	63	<i>Layout Kasar Desain Box Kemasan</i>	82
Gambar	64	<i>Comprehenshive Layout Desain Box Kemasan</i>	82
Gambar	65	<i>Final Desain Box Kemasan</i>	83
Gambar	66	<i>Final Desain Box Kemasan</i>	83
Gambar	67	<i>Layout Gagasan Ide Desain Kalender</i>	85
Gambar	68	<i>Layout Kasar Desain Kalender</i>	86
Gambar	69	<i>Comprehenshive Layout Desain Kalender</i>	86
Gambar	70	<i>Final Desain Kalender</i>	87
Gambar	71	<i>Layout Gagasan Ide Desain Stiker</i>	88
Gambar	72	<i>Layout Kasar Desain Stiker</i>	89
Gambar	73	<i>Comprehenshive Layout Desain Stiker</i>	89
Gambar	74	<i>Layout Gagasan Ide Desain Mug</i>	91
Gambar	75	<i>Layout Kasar Desain Mug</i>	91
Gambar	76	<i>Comprehenshive Layout Desain Mug</i>	91
Gambar	77	<i>Layout Gagasan Ide Desain Pin</i>	93
Gambar	78	<i>Layout Kasar Desain Pin</i>	93
Gambar	79	<i>Comprehenshive Layout Desain Pin</i>	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Hasil Wanwancara.....	98
Lampiran 2	Foto Dokumentasi.....	100
Lampiran 3	Surat Permohonan Observasi.....	102
Lampiran 4	Foto Dokumentasi Ujian.....	103
Lampiran 5	Perangkat Pameran.....	104

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DENARO PIZZA DAN RESTO YOGYAKARTA

Oleh :
Ardiyan Indra Saputra
NIM 09206241007
ABSTRAK

Perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto ini bertujuan sebagai media promosi Denaro Pizza dan Resto yang bertempat di Jl. Seturan No. 28 Yogyakarta yang selama ini belum banyak dikenal masyarakat umum, sehingga dengan adanya perancangan media promosi ini dapat mengenalkan tentang produk makanan pizza kepada masyarakat luas.

Proses perancangan melalui tahapan pengumpulan data, baik data verbal maupun visual dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, data dianalisis dengan menggunakan teknik SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*). Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi selanjutnya data diolah menjadi konsep perancangan media promosi sehingga membentuk kesatuan dalam desain dan kesimpulan dalam proses pembuatan media promosi. Tahapan penciptaan media promosi dengan proses membuat *layout* gagasan, *layout* kasar, *layout* lengkap, final desain. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya diantaranya berupa perangkat manual misalnya pensil, *sket book*, *drawing pen*, dan perangkat komputer, *digital camera*, *scanner*.

Hasil dari perancangan media promosi berupa Media Utama (*Prime Media*) yang digunakan yaitu poster dan spanduk, sedangkan Media Penunjang (*Supporting Media*), antara lain *X-Banner*, *Uniform*, *Flayer*, *Acriylik Satand*, *Leaflet*, Kartu Nama, *SignSystem*, *Box Kemasan*, *Kalender*, dan *Merchandise* berupa *Stiker*, *Mug*, dan *Pin*. Konsep perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto yang digunakan adalah menghadirkan/menampilkan produk makanan pizza, dan tempat dari Denaro Pizza dalam bentuk gambar/foto kedalam media promosi dengan tampilan desain yang sederhana. Target *audience* perancangan media promosi ini adalah kalangan remaja hingga dewasa di Yogyakarta.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Yogyakarta merupakan kota metropolitan, dimana sebagian besar penduduknya bergerak di bidang jasa, perindustrian dan perdagangan mulai dari usaha kecil, menengah hingga besar. Salah satu contoh bidang usaha yang sedang berkembang pesat di Yogyakarta saat ini adalah usaha kuliner. Usaha kuliner adalah contoh bisnis yang menarik untuk dikembangkan karena makanan selalu mendapatkan tempat di hati semua orang dan pada dasarnya merupakan kebutuhan pokok masyarakat.

Pizza merupakan salah satu jenis makanan kuliner yang mampu memberikan keragaman dan digemari berbagai kalangan masyarakat. Pizza berasal dari Italia dan sudah dikenal seluruh dunia sejak dulu. Bentuknya yang *simple* dan menarik, rasanya yang beraneka ragam dan bisa disesuaikan dengan berbagai selera masyarakat, dan ukurannya yang cukup besar, membuat pizza dapat mudah diterima di masyarakat. Pizza juga dijadikan makanan dikala ingin berbagi suasana bersama teman maupun keluarga. Pizza juga dijadikan makanan yang praktis dibawa dan disantap saat beraktivitas kerja, maupun saat bersantai. Berbagai jenis pizza kini dapat dijumpai di restoran, pasar grosir atau *supermarket*, bahkan kini berbagai restoran pizza menyediakan layanan antar melalui pesanan telepon atau media jejaring sosial, dengan jaminan pizza siap diantar dalam keadaan panas dan dalam jangka waktu singkat sampai di rumah pemesan. Perkembangan pizza di Yogyakarta sungguh sangat pesat, ini dilihat

dari banyaknya penjual pizza melalui gerobak sampai restaurant besar yang menyediakan menu utama pizza, seperti pizza hut, papa rons pizza, pizza pazza, nanamia *pizzeria*, dan masih banyak yang lainnya.

Saat ini, banyak sekali *pizzeria-pizzeria* di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Di Yogyakarta, Denaro Pizza dan Resto termasuk salah satu *pizzeria* yang baru berdiri sejak bulan September tahun 2012. Denaro Pizza dan Resto saat ini terletak di Jalan Seturan No. 28, Yogyakarta. Secara keseluruhan, Denaro Pizza dan Resto memiliki fasilitas unggulan seperti kapasitas pengunjung hingga 135 orang, *wifi*, parkir luas, akses listrik untuk bermain *gadget*, nyaman dan rasa makanan yang nikmat tetap menjadi andalan pengelola untuk bersaing dengan tempat makanan pizza lainnya.

Sayangnya keberadaan Denaro Pizza dan Resto di Yogyakarta belum banyak diketahui oleh masyarakat Yogyakarta, karena baru berdiri pada tanggal 24 September tahun 2012 sampai sekarang ini. Promosi yang dilakukan Denaro Pizza dan Resto hanya sebatas menyebar leaflet di jalan-jalan, kemudian memberikan voucher potongan pembelian di Denaro Pizza dan Resto selama masa promosi dan menggunakan media baliho, *road sign*, dan *neon box*.

Melihat kondisi Denaro Pizza dan Resto yang baru berumur satu tahun dan masih belum dikenal, maka perlunya merancang media promosi yang menarik dan tepat sasaran untuk mempromosikan produk makanan Denaro Pizza dan Resto kepada masyarakat, dengan membuat media promosi yang menarik dan sesuai dengan penerapannya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat diidentifikasi yang terjadi pada Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta adalah

1. Kurangnya media promosi yang efektif.
2. Denaro Pizza dan Resto belum terlalu dikenal masyarakat Yogyakarta.
3. Perlunya pengembangan media promosi yang dapat menarik perhatian calon konsumen.

C. Batasan Masalah

1. Konsep perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto yang mampu menarik minat masyarakat.
2. Jenis media atau bentuk media promosi yang efisien untuk mempromosikan Denaro Pizza dan Resto.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep perancangan media promosi yang menarik untuk meningkatkan minat para calon konsumen Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ?
2. Bagaimanakah jenis media atau bentuk media promosi yang tepat untuk mempromosikan Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ?

E. Tujuan

1. Tujuan dari pembuatan media promosi ini adalah untuk lebih mengenalkan tentang produk makanan pizza kepada masyarakat luas.
2. Untuk menciptakan media promosi sebagai sarana informasi yang menarik, efektif, kreatif, komunikatif, dan diharapkan mampu menarik minat masyarakat.

F. Manfaat

1. Mahasiswa
 - a. Mengembangkan ide dan kreativitas menciptakan desain komunikasi visual yang mudah dipahami, komunikatif dan tepat sasaran.
 - b. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.
2. Universitas Negeri Yogyakarta
 - a. Memberikan sumbangan penulisan kepada Universitas Negeri Yogyakarta tentang desain perancangan media promosi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan khususnya desain komunikasi visual.
3. Perusahaan Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta
 - a. Memberikan tambahan wawasan kepada Perusahaan Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta tentang desain komunikasi visual dan memberikan informasi tentang media yang efektif dan efisien melalui konsep perancangan visual untuk mengenalkan produk makanan pizza wisata di Denaro Pizza kepada masyarakat.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN

A. Kajian Teori

1. Desain Komunikasi Visual

Pada dasarnya desain merupakan pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda, sebuah desain merupakan bentuk perumusan dari berbagai unsur termasuk berbagai macam pertimbangan di dalamnya. Desain Grafis, yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan Desain Komunikasi Visual (DKV), adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan *layout* (Tinarbuko, 2009:24).

Menurut Adi Kusrianto (2007:1) desain komunikasi visual adalah suatu disiplin yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan serta visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf serta komposisi warna *layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.

2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

a. Garis

Garis, secara desain grafis garis merupakan sekumpulan titik yang dideretkan memanjang. Sedangkan dalam *software* grafis disebut *outline* (*CorelDraw*), *contour* atau *stroke* dalam *Adobe Photoshop*. Garis secara orientasi terdiri dari garis lurus horisontal, garis lurus vertikal, garis lurus miring diagonal, dan garis melengkung (kurva). (Hendratman 2008:15)

b. Bidang atau Bangun (*Shape*)

Shape atau bangun menurut Dharsono (2004: 42) dibagi menjadi 2, yaitu: (a) *shape* yang menyerupai wujud alam (*figur*) dan (b) *shape* yang tidak sama sekali menyerupai wujud alam (*non figur*). Keduanya akan terjadi menurut kemampuan senimannya dalam mengolah objek. Di dalam pengolahan objek akan terjadi perubahan wujud sesuai selera maupun latar belakang sang seniman.

c. Tekstur

Tekstur atau ada yang menyebutnya *barik*, berarti nilai raba atau haluskasarnya permukaan suatu benda. Tekstur sengaja dibuat dan dihadirkan dalam susunan untuk mencapai bentuk rupa. Secara garis besar, tekstur dibagi menjadi 2 macam, yaitu tekstur alami (*nature texture*) dan tekstur buatan (*artificial texture*). Tekstur alami memiliki nilai raba yang sama dengan penglihatan, misalnya tekstur pada batu, pasir, kayu, rumput, dll. Sedangkan tekstur buatan adalah rasa permukaan yang sengaja dihadirkan dan tidak sama antara nilai raba dengan penglihatan. Contohnya kertas, logam, kaca, plastik, dan sebagainya (Dharsono, 2004: 47).

d. Teks

Teks terdiri dari *headline*, *subheadline*, *body copy*, *signature*, *caption*, *callout* dan *closing word*.

(a) *Headline* (Judul)

Kepala tulisan, merupakan pesan verbal yang paling ditonjolkan dan diharapkan dibaca pertama kali oleh target audiens. Posisinya bisa dimana saja, tidak selalu di bagian atas meskipun namanya *head* (kepala) (Supriyono, 2010: 131). Bunyi *headline* biasanya menggelitik sehingga menarik perhatian orang untuk membacanya.

(b) *Subheadline* (Subjudul)

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

(c) *Body Copy* (Naskah)

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

(d) *Signature* (Identitas)

Signature (identitas) adalah salah satu unsur yang memberi bobot dalam sebuah desain. Selain memuat ciri khas *brand* tertentu, *signature* juga menjadi penarik perhatian audiens, terutama yang mencari prestis lewat merek tersebut. *Signature* dapat berupa logo/ *brand name*, jenis perusahaan, atau “*splash*”, yaitu informasi singkat yang umumnya menyuruh audiens untuk “*action*”.

(e) *Caption*

Caption merupakan keterangan yang menyertai elemen visual. Biasanya dicetak dalam ukuran kecil dan dibedakan gaya atau jenis hurufnya dengan *body text* atau elemen teks lain (Rustan, 2008: 40).

(f) *Callout*

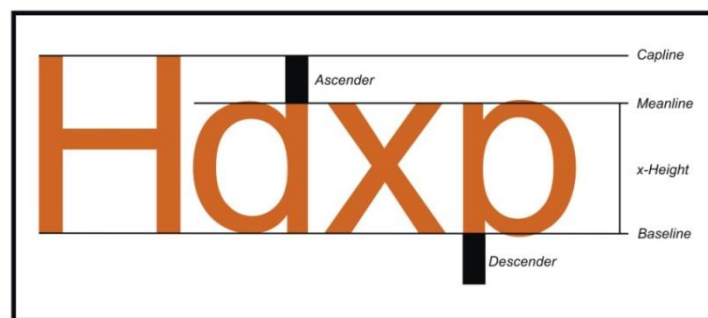
Callout adalah bentuk *caption* yang menyertai suatu elemen visual yang memiliki lebih dari satu keterangan, misalnya pada diagram. *Callout* biasanya memiliki garis-garis yang menghubungkannya dengan bagian-bagian dari elemen visualnya. *Balloon* adalah salah satu bentuk *callout* (Rustan, 2008: 42).

(g) *Closing Word* (Penutup)

Closing word atau kalimat penutup adalah kalimat yang pendek, jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan apakah ingin membeli produk yang ditawarkan atau tidak. Pujiriyanto (2005: 41). *Closing word* juga dapat berupa alamat, info penjualan dll.

e. Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf (Hendratman,2008:63). Pendapat lain yang dikemukakan oleh Tinarbuko (2009:24) bahwa tipografi dalam konteks desain komunikasi visual mencakup pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan. Tipografi juga mempelajari tentang anatomi huruf, adalah sebagai berikut.



Gambar 1 : Komponen Visual pada Huruf.

Sumber: "Tipografi dalam Desain Grafis", Danton Sihombing (2001:12)

Menurut Sihombing (2001:1) terminologi yang umum digunakan dalam penamaan setiap komponen visual yang terstruktur dalam anatomi huruf adalah sebagai berikut.

a) *Baseline*

Baseline adalah sebuah garis maya lurus horisontal yang menjadi batas dari bagian terbawah dari setiap huruf besar.

b) *Capline*

Capline adalah sebuah garis maya lurus horisontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari setiap huruf besar.

c) *Meanline*

Meanline adalah sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas, dari badan setiap huruf kecil.

d) *X-Height*

X-Height adalah jarak ketinggian dari *baseline* sampai ke *meanline*. *X-height* merupakan fungsi dari badan huruf kecil. Cara yang termudah mengukur ketinggian badan huruf kecil adalah dengan menggunakan huruf "x".

e) *Ascender*

Ascender adalah bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di antara *meanline* dan *capline*.

f) *Descender*

Descender adalah bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat di bawah *baseline*.

Tipografi sangat penting dalam desain komunikasi visual, selain ditinjau dari segi anatomi, huruf juga dibagi menjadi beberapa jenis. Menurut Tinarbuko (2009: 26), huruf dibagi menjadi lima jenis, yaitu:

a) Huruf *Romain*

Huruf *Romain*, garis hurufnya memperlihatkan perbedaan antara tebal-tipis dan mempunyai kaki atau kait yang lancip pada setiap batang hurufnya.

b) Huruf *Epptian*

Huruf *Epptian*, garis hurufnya memiliki ukuran yang sama tebal pada setiap sisinya. Kaki atau kaitnya berbentuk lurus atau kaku.

c) Huruf *Sans Serif*

Huruf *Sans Serif*, garis hurufnya sama tebal dan tidak mempunyai kaki atau kait.

d) Huruf *Miscelloneos*

Huruf *Miscellaneous*, jenis huruf ini lebih mementingkan nilai hias dari pada nilai komunikasinya. Bentuknya senantiasa mengedepankan aspek dekoratif dan ornamental.

e) Huruf *Script*

Huruf *Script*, jenis huruf ini menyerupai tulisan tangan dan bersifat spontan.

f. Ilustrasi (*Illustration*)

Sebagai salah satu bagian desain komunikasi visual yang dimanfaatkan sebagai “*center of interest*” atau penarik pandang yang berbentuk gambar ataupun tulisan. Ilustrasi juga bisa digunakan sebagai *eye grabber* (penarik perhatian) yang ampuh dalam menjaring audiens. Menurut definisinya (Supriyono, 2010: 51), ilustrasi adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Kriteria ilustrasi yang berhasil dalam suatu media antara lain: komunikatif, informatif dan mudah dipahami; menggugah perasaan dan hasrat untuk membaca; ide baru, orisinal, bukan merupakan plagiat atau tiruan; punya daya paku (*eyecatcher*) yang kuat; jika berupa foto atau gambar, harus punya kualitas memadai, baik dari aspek seni maupun teknik pengerjaan.

g. Warna

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood*, semangat, dll (Kusrianto, 2007: 46).

Menurut Purnomo (2004: 28), dalam teori “*The Prang System*”, warna dibagi menjadi tiga dimensi, antara lain:

(a) *Hue*

Hue adalah panas-dinginnya warna. Istilah ini digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna seperti merah, biru, hijau dan sebagainya.

(b) *Value*

Value ialah gelap-terangnya warna. Semua warna dapat dikurangi atau diperlemah kekuatannya dengan cara dimudakan (dibuat lebih terang) atau dituakan (dibuat lebih gelap).

(c) *Intensity*

Cerah-suramnya warna. Disebut juga tingkat kemurnian atau kejernihan warna (*brightness of color*). Suatu warna (*hue*) disebut memiliki intensitas penuh ketika tidak dicampur warna lain. Warna-warna yang masih mentah disebut *pure hue*. Kita dapat mengurangi intensitas warna untuk membuat lebih redup dan netral, dengan cara menambahkan sedikit warna lain.

Menurut Molly E. Holzschlag dalam Kusrianto (2007: 47), kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis dapat dilihat pada table 1 sebagai berikut:

Tabel 1: Respon Psikologis Warna

Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran/kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan.
Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
Orange	Energi, keseimbangan, kehangatan
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-abu	Intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
Putih	Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, kematian, <i>innocent</i> (tanpa dosa), steril.
Orange	Energi, keseimbangan, kehangatan
Hitam	Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan.

3. Prinsip - Prinsip Desain

Prinsip-prinsip desain menurut Hendi Hendratman (2008:29) terdapat lima prinsip yaitu :

1) Keseimbangan (*balance*)

Secara keseluruhan unsur-unsur desain harus tampil dengan seimbang. Ada macam-macam keseimbangan yang bisa digunakan dalam pembuatan suatu desain, antara lain :

a) Keseimbangan Simetris

Pada keseimbangan simetris unsur desain seakan dicerminkan pada garis sumbu khayal, dengan demikian anda akan melihat unsur yang sama pada kedua daerah dari garis sumbu. Desain dengan keseimbangan simetris akan mudah ditangkap oleh mata dan akan lebih mengesankan formal dan membosankan.



Gambar 2 : Keseimbangan Simetris. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design", Hendi Hendratman (2008:30)

b) Keseimbangan Asimetris

Dimana tidak ada unsur desain yang tersusun seperti refleksi dari cermin. Untuk mencapai keindahan dari keseimbangan asimetris yaitu harus dapat memahami, melatih dan merasakan prinsip-prinsip desain yang lainnya. Desain dengan keseimbangan asimetris lebih mengesankan informal, modern, dinamis dan berani.



Gambar 3 : Keseimbangan Asimetris. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design", Hendi Hendratman (2008:31)

c) Keseimbangan Radial

Keseimbangan yang hampir mirip dengan keseimbangan simetris, namun desain yang dibuat dengan keseimbangan ini akan lebih diarahkan pada satu titik utama saja.



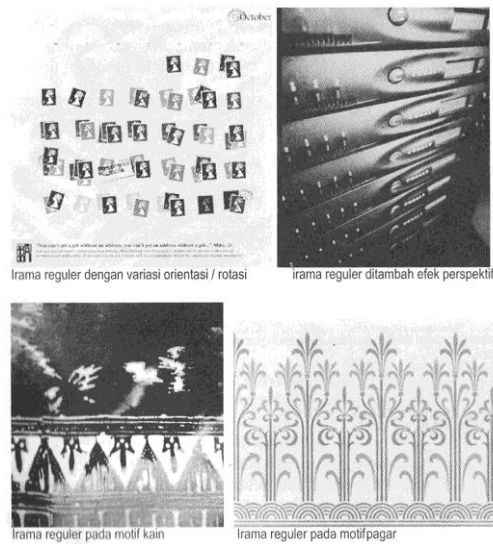
Gambar 4 : Keseimbangan Radial. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design",Hendi Hendratman (2008:31)

2) Irama (*rhythm*)

Irama adalah pengulangan suatu variasi dari unsur-unsur desain. Pengulangan tersebut bisa membentuk urutan gerakan, pola/*pattern* tertentu. Ada beberapa jenis pengulangan yaitu :

a) Regular

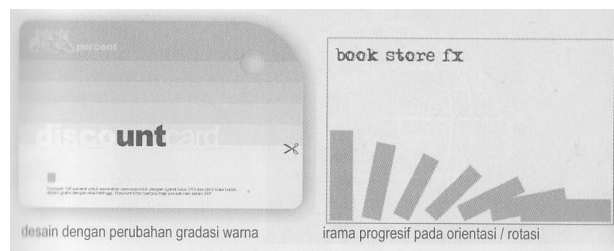
Pengulangan unsur grafis dengan jarak dan bentuk yang sama. Pengulangan regular biasa digunakan pada desain *border*/bingkai, motif pakaian, kertas kado, ubin lantai.



Gambar 5 : Irama Regular. Sumber "Tips n Trix Computer Graphic esign",Hendi Hendratman (2008:32)

b) Mengalir (*flowing*)

Pengulangan bentuk seakan menciptakan kesan bergerak, dinamis dan mengalir.

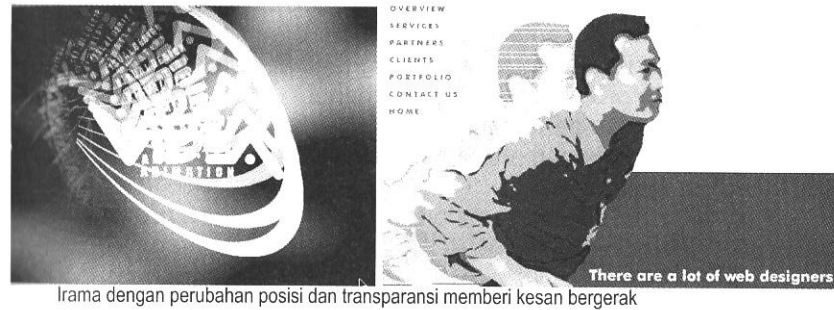


Gambar 6 : Irama Mengalir. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design",Hendi Hendratman (2008:33)

c) Progresif / Gradual

Adanya peralihan antar stepnya sehingga menimbulkan kesan berproses sedikit demi sedikit. Contohnya seperti gambar bayi yang bertahap berubah

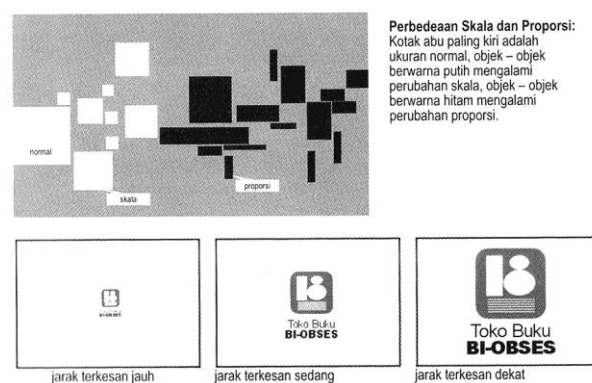
menjadi dewasa, kotak yang bertahap berubah menjadi lingkaran, atau gradasi warna, dll.



Gambar 7 : Irama Progresif. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design",Hendi Hendratman (2008:33)

3) Skala dan Proporsi.

Skala adalah perubahan ukuran atau *size* tanpa perubahan perbandingan ukuran panjang lebar atau tinggi, sedangkan proporsi adalah adanya perubahan perbandingan antara panjang lebar atau tinggi sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi.



Gambar 8 : Skala dan Proporsi. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design",Hendi Hendratman (2008:34)

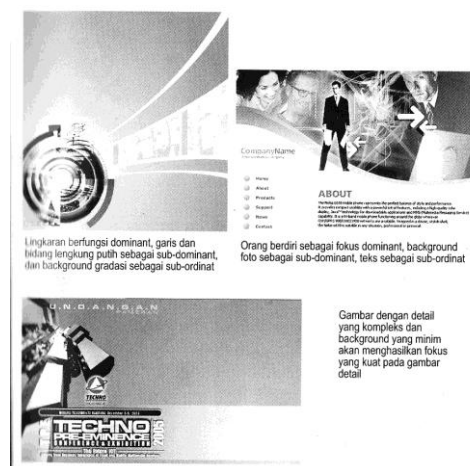
4) Fokus

a) Hirarki (susunan), yaitu bahwa untuk mendapatkan fokus suatu desain yang diinginkan harus memperhatikan susunan berikut:

(1) *Dominant* : obyek yang paling menonjol dan paling menarik.

(2) *Sub-dominant* : obyek yang mendukung penampilan obyek dominan.

(3) *Sub-ordinate* : obyek yang kurang menonjol, bahkan tertindih oleh obyek *dominant* dan *sub-dominant*, contohnya adalah *background*.



Gambar 9 : Hirarki/Susunan. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design",Hendi Hendratman (2008:35)

b) Kontras, yaitu penekanan karena ada perbedaan yang drastis pada unsur desain. Contohnya kontras warna (hitam dan putih), kontras garis (tebal dan tipis), kontras besar-kecilnya font dll.



Gambar 10 : Kontras. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design", Hendi Hendratman (2008:36)

5) Kesatuan (*unity*)

Semua unsur desain dan prinsip desain bersatu padu serta serasi sehingga dapat dilihat dan dipahami keseluruhan dalam suatu kesatuan.



Gambar 11 : Kesatuan/*Unity*. Sumber: "Tips n Trix Computer Graphic Design", Hendi Hendratman (2008:37)

4. Desain Kemasan (*Packaging*)

Desain kemasan (*packaging*) adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna citra, tipografi, dan elemem elemem desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan (Klimcuk dan Sandra A. Krasovec, (2007:33). Desain kemasan berfungsi sebagai identitas suatu produk, selain itu desain kemasan juga mempunyai tujuan tertentu. Menurut Klimcuk dan Sandra A. Krasovec (2007:49) tujuan desain kemasan ada enam yaitu :

- a) Menampilkan atribut unik sebuah produk. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk.
- b) Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk
- c) Mempertahankan keseragaman dalam kesatuan merek produk.

- d) Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk.
- e) Mengembangkan bentuk kemasan berbeda yang sesuai dengan kategori.
- f) Menggunakan material baru dan mengembangkan struktur inovatif untuk mengurangi biaya, lebih ramah lingkungan, atau meningkatkan fungsionalitas.

5. Tinjauan tentang *Sign System*

Sign (dalam bahasa Indonesia berarti tanda) adalah bentuk komunikasi yang dapat berbentuk verbal dan visual. Keberadaan tanda menjadi suatu kepentingan bagi masyarakat karena dapat menyampaikan informasi akan sesuatu.

Sign system dalam konteks desain komunikasi visual merupakan rangkaian representasi visual yang memiliki tujuan sebagai media interaksi manusia dalam ruang publik (Sumbo Tinarbuko: 12:2012). Terdapat 4 (empat) bagian dari *sign system* antara lain:

a. *Traffic Sign*

Yaitu *sign system* yang berada di jalan yang berguna untuk memberikan informasi kepada pengguna jalan seperti penunjuk arah, peringatan, dan larangan.

b. *Commercial Sign*

Yaitu *sign system* yang berfungsi komersil.

c. *Wayfinding Sign*

Yaitu *sign system* yang bersifat mengarahkan dan menjadi penunjuk jalan.

d. *Safety Sign*.

Yaitu *sign system* yang berfungsi untuk menginformasikan pesan yang bersifat peringatan, larangan maupun himbauan guna mengingatkan pengguna mengenai suatu sistem keamanan.

6. Tinjauan tentang Perancangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perancangan berasal dari kata “rancang” yang berarti mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, atau melakukan sesuatu), merencanakan. Perancangan adalah proses, perbuatan merancang, hasil rancang, program, desain (KBBI, 2008: 1139). Perancangan diartikan juga sebagai kegiatan yang mengatur segala sesuatu (sebelum bertindak, mengerjakan, bertindak sesuatu) (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2007: 927). 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, Jhon M Echols dan Hasan Shadily, PT Gramedia Pustaka Utama). Perancangan media promosi disesuaikan dengan *target audience* dan tujuan pemasaran produk.

7. Media Promosi Desain Komunikasi Visual

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar foto (Pujiriyanto, 20015:15), secara garis besar media dapat dikelompokkan menjadi lima macam :

- a) Media cetak/visual (*printed material*), contohnya: poster (dalam dan luar), stiker, sampul buku, pembungkus, selipat (*folder*), selebaran (*leaflet*), amplop dan kop surat, tas belanja, katalog, iklan majalah dan surat kabar.
- b) Media luar ruangan (*outdoor*), contohnya: spanduk (*banner*), papan nama, umbul-umbul, *neon-box*, *neon-sign*, *billboard*, baliho, *mobile box*.
- c) Media elektronik (*electronic*), contohnya: radio, televisi, internet, film, program video, animasi komputer.
- d) Tempat pajang (*display*), contohnya: etalase (*window display*), *point of purchase*, desain gantung, *floor stand*.
- e) Barang-barang kenangan (*special offer*), contohnya: kaos, topi, payung, gelas, aneka *souvenir*, sajadah, tas dan sebagainya.

Setiap jenis media promosi memiliki karakteristik sendiri-sendiri tergantung kepada tujuan penggunaan media tersebut. Berikut definisi beberapa media promosi menurut Adi Kusrianto (2007: 330), antara lain:

- 1) *Leaflet* (selebaran): Lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih.
- 2) *Folder*: Lembaran bahan cetakan yang dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar mudah dibawa.

- 3) Brosur (*booklet*): Bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku.
- 4) Katalog: Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk/ layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar. Ukurannya bisa bermacam-macam, mulai dari sebesar saku sampai sebesar buku telepon, tergantung keperluan bisnisnya.
- 5) *Stationery Set*: Antara lain amplop, kop surat dan pulpen yang biasanya ditempatkan di kamar hotel. Berfungsi bukan hanya sebagai servis dari hotel tersebut, tetapi termasuk pos material karena terdapat nama produk atau jasa, lengkap dengan alamat dan nomor telepon.
- 6) Sisipan (*Stuffer*): Leaflet yang disisipkan atau ditempatkan dalam kotak kemasan suatu produk. Biasanya berupa penjelasan penggunaan produk tersebut, atau produk-produk lain yang diproduksi oleh perusahaan yang sama.
- 7) *Hanging Mobile*: Sebuah alat pajangan yang bergerak apabila terkena angin, penempatannya secara digantung.
- 8) *Wobler*: Alat pajangan yang cara penempatannya ditempel di dinding atau di rak penjualan menggunakan plastik atau bahan sejenis sehingga gambar menjadi lentur dan bergerak. Biasanya dalam bentuk 2 dimensi.
- 9) *Self Talker*: Media cetak yang mempromosikan suatu produk dengan menempatkannya langsung di rak.
- 10) *Flag Chain*: Rangkaian bendera kecil dengan menampilkan gambar produk, merek, slogan, atau gabungan dari semua itu.

- 11) *Poster*: Poster bergambar dan full color biasanya dipakai sebagai dekorasi ruangan dengan menempelkannya di dinding, jendela toko, atau dinding ruang pameran.
- 12) *Sticker*: Bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel.
- 13) *Kotak Dispenser*: Memiliki kaitan dengan *leaflet* atau brosur karena dipakai untuk menempatkan barang-barang tersebut.
- 14) *Model*: Model di sini lebih cenderung berfungsi sebagai hiasan atau pajangan dan biasanya berbentuk miniatur.

Bentuk lainnya, *merchandise* atau *souvenir*, jam, asbak, korek, gantungan, kunci, kalender, *t-shirt*, topi, payung, dll.

8. Profil Denaro Pizza Dan Resto

a) Profil Denaro Pizza Dan Resto

Denaro Pizza and Resto berlokasi di Jl. Seturan no 28 (utara STIE YKPN) Yogyakarta. Dekorasi dalam ruangnya sangat bagus dengan meja kursi kayu yang berwarna kuning dan frame-frame foto di dinding yang menambah nyaman berada di ruangan Denaro Pizza. Ada 3 pilihan tempat untuk makan, lantai satu, lantai dua dan rooftop.

Menurut Bapak Andreas Setiawan, *owner* Denaro Pizza dan Resto bahwa nama unik Denaro sendiri diambil dari bahasa Italia yang artinya koin atau mata uang, diharapkan dengan pemberian nama ini, kami selaku pelaku bisnis kuliner

ini dapat mendatangkan keuntungan tanpa mengabaikan kualitas rasa dan pelayanan.

Denaro Pizza dan Resto memiliki fasilitas unggulan seperti kapasitas pengunjung hingga 135 orang, *wifi*, parkir luas, akses listrik untuk bermain *gadget*, nyaman dan rasa makanan yang nikmat tetap menjadi andalan pengelola untuk bersaing dengan tempat makanan pizza lainnya.

Berikut ini adalah data mengenai Denaro Pizza dan Resto :

- a) Nama Perusahaan : Denaro Pizza dan Resto
- b) Lokasi : Jl. Seturan No. 28, Sleman, Yogyakarta
- c) Telepon : (0274) 661 4321
- d) Pengelola : Bapak Andreas Setiawan
- e) Berdiri : 24 September 2012
- f) Produk dan Harga :

Tabel 2 : Daftar Produk dan Harga Denaro Pizza dan Resto

Produk Makanan	Harga	Produk Makanan	Harga
<i>Calamari Fritti</i>	Rp. 19.000	<i>Americani Ice</i>	Rp. 8.000
<i>Chicken Prosciutto</i>	Rp. 27.000	<i>Cappucino Hot</i>	Rp. 10.000
<i>Classic Pancake</i>	Rp. 19.000	<i>Caramello Freeze</i>	Rp. 15.000
<i>Denaro Club Sandwich</i>	Rp. 18.000	<i>Cola Float</i>	Rp. 8.000
<i>Fettuccine Arabiatta</i>	Rp. 29.000	<i>Denaro Blue Sky</i>	Rp. 13.500
<i>Fettuccine Marinara</i>	Rp. 29.000	<i>Green Tea Freeze</i>	Rp. 12.000
<i>Four Seasons Pizza</i>	Rp. 45.000	<i>Green Tea Hot</i>	Rp. 12.000
<i>Garlic Bread</i>	Rp. 10.000	<i>Hot Chocomint</i>	Rp. 12.000
<i>Pizza Margherita Italian</i>	Rp. 33.000	<i>Ice Tea</i>	Rp. 6.000
<i>Pepperoni Pizza Italian</i>	Rp. 40.000	<i>Ice Caffe Latte</i>	Rp. 10.000
<i>Special Chef Salad</i>	Rp. 15.000	<i>Ice Cream</i>	Rp. 15.000

<i>Spaghetti Bolognese</i>	Rp. 29.000	<i>Mochabella Freeze</i>	Rp. 15.000
<i>Tortilla Chips Chilli Carne</i>	Rp. 20.000	<i>Orange Squash</i>	Rp. 12.000
<i>Roasted Shicken Rosemary</i>	Rp. 39.000	<i>Orange Freeze</i>	Rp. 10.000

Tabel 3 : Daftar Menu Paket Denaro Pizza dan Resto

Daftar menu paket murah Rp. 55.000	
Paket 1	Paket 3
- <i>Lemon Tea</i>	- <i>Ice Cream</i>
- <i>Spaghetti Bolognese</i>	- <i>Pure Camomle</i>
- <i>Spanish Omelette</i>	- <i>Lasagna di Manzo</i>
- <i>Banana Fritter</i>	- <i>Special Chef Salad</i>
Paket 2	Paket 3
- <i>Ice Cream</i>	- <i>Lemon Tea</i>
- <i>Pure Camomle</i>	- <i>Classic Pancake</i>
- <i>Pepperoni Cheese Bruchetta</i>	- <i>Fettucine Carbonara</i>
- <i>Raviolli</i>	- <i>Garlic Bread</i>

B. Metode Perancangan

8. Metode Pengumpulan Data

a) Data Verbal

Data verbal merupakan data yang berupa tulisan yang didapat untuk mendukung perancangan ini. Data verbal diperoleh menggunakan tehnik pengumpulan data wawancara, teori-teori yang didapat dari buku maupun jurnal, selain itu data verbal diperoleh dari wawancara dengan Bapak Andreas Setiawan selaku Owner Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta.

b) Data Visual

Data visual berupa gambar-gambar, antara lain foto-foto lokasi, produk makanan pizza dan suasana di dalam ruangan Denaro Pizza, yang akan digunakan dalam perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta. Berikut beberapa hasil dokumentasi yang dapat dilihat pada gambar 12-15 :



Gambar 12 : Lantai 1



Gambar 13 : Lantai 1



Gambar 14 : Lantai 2

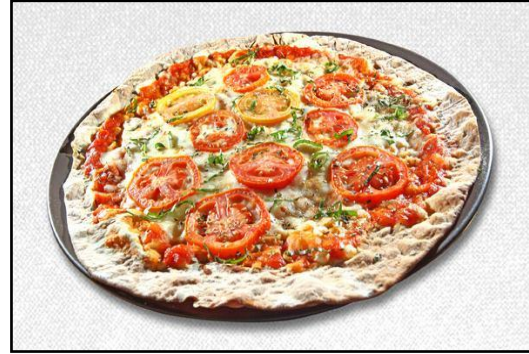


Gambar 15 : Lantai 3

Gambar 12-15: Suasana didalam Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta
Dokumentasi : Ardiyan Indra S



Gambar 16 : *Hawaiian Chicken Pizza*



Gambar 17 : *Pizza Margherita*



Gambar 18 : *Pepperoni Pizza*



Gambar 19 : *Four season Pizza*

Gambar 16-19 : Produk makanan Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta
Dokumentasi : Ardiyan Indra S

9. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di tempat penelitian untuk memperoleh data yang akan digunakan

b. Wawancara

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

c. Dokumentasi

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

10. Alat dan Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data verbal adalah *note book*, bolpoin dan *recorder*. Sedangkan instrumen dalam pengumpulan data visual adalah *camera digital* dengan teknik dokumentasi. Proses pembuatan desain dikerjakan menggunakan perangkat manual seperti pensil, *table tracing* dan *drawing pen*. Selain itu juga menggunakan perangkat komputer diantaranya *hardware* (perangkat keras) berupa komputer/leptop, *digital camera*, *table tracing*, dan *scanner*, serta *software* (perangkat lunak) berupa program grafis *Corel Draw X4*, *Adobe Photoshop CS5*, *Adobe Illustrator* dan *software Microsoft Word*. Proses *finishing* dilakukan dengan sistem *digitalprinting*.

11. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam perancangan media *corporate identity* ini adalah Analisis SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008: 64), mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan analisis SWOT (*SWOT Analysis*), di mana ia menilai kekuatan (*Strengths* (S), kelemahan (*weakness* (W), peluang (*Opportunities* (O) dan ancaman (*Threats* (T). Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, sedangkan ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

Analisis SWOT juga dapat digunakan sebagai alat formulasi strategi. Sebagaimana dijelaskan oleh Freddy Rangkuti (2006: 18), bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan S dan O, namun secara bersamaan dapat meminimalkan W dan T. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, dengan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian,

perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (SWOT) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Berikut adalah penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta:

1) *Strengths* (Kekuatan)

- a) Pelayanan yang diberikan oleh pihak Denaro Pizza dan Resto untuk *customer-nya* sangat memuaskan.
- b) Program promosi yang ditawarkan cukup menarik yaitu khusus hari jumat, mendapatkan diskon sampai dengan 30% untuk menu makanan, selain hari jumat tetap ada diskon 10% hanya khusus dilantai 1.
- c) Lokasi Denaro Pizza dan Resto terletak dipinggir jalan Seturan Raya No.28 Yogyakarta yang sangat ramai sehingga memungkinkan banyak pengguna jalan melihat Denaro Pizza dan Resto.
- d) Denaro Pizza & Resto memiliki fasilitas unggulan seperti kapasitas pengunjung hingga 135 orang, wifi, parkir luas, akses listrik untuk bermain *gadget*, nyaman dan rasa makanan yang nikmat tetap menjadi andalan pengelola untuk bersaing dengan tempat makan pizza.

2) *Weakness* (Kelemahan)

- a) Perlu penambahan menu masakan lain agar pelanggan tidak bosan.
- b) Denaro Pizza dan Resto baru berdiri satu tahun dan belum banyak dikenal di masyarakat

3) *Opportunities* (Peluang)

- a) Konsumen yang loyal, menyukai produk makanan pizza.
- b) Pola hidup masyarakat menyukai sesuatu yang praktis.
- c) Posisi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta sangat strategis karena terletak di Jalan Seturan Raya no. 28 Yogyakarta.

4) *Threats* (Ancaman)

- a) Banyaknya pesaing-pesaing Denaro Pizza lainnya yang menyediakan cita rasa dan tempat yang lebih luas dari tempat Denaro Pizza ini.
- b) Banyak konsumen yang mulai bosan.

12. **Konsep Media**

a) Tujuan Media

Tujuan dari semua media yang akan digunakan adalah mengenalkan produk makanan pizza dari Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ke masyarakat luas. Masyarakat menjadi tau, tertarik dan datang ke Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta.

b) Strategi Media

Strategi media agar mencapai keberhasilan dalam perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta :

1) *Target Audience*

Target audience dari Denaro Pizza dan Resto adalah semua umur laki-laki dan perempuan penggemar makanan pizza, orang-orang yang menyukai produk

praktis atau siap saji, walaupun demikian dari kebanyakan pembeli pizza di Denaro Pizza adalah anak muda dan orang dewasa.

(a) Demografis

- Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Usia : 12 - 50 tahun
- Pendidikan : SLTA ke atas
- Lokasi : Perkotaan
- Pekerjaan : Siswa, mahasiswa, dosen, karyawan, dan pekerja lainnya
- Kelas Ekonomi : Menengah, dan menengah atas

(b) Psikografis

- Modern
- Gemar makan di luar rumah
- Menyukai hal-hal yang praktis

(c) Geografis

- Lokasi : Yogyakarta dan sekitarnya
- Wilayah : Perkotaan

(d) Bentuk media promosi yang telah dimiliki oleh Denaro Pizza dan Resto adalah :

a. Logo



b. Road Sign



c. Baliho



d. Flayer Valentine



e. Buku Menu Makanan



(e) Pencapaian Media

Pencapaian media yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari perancangan ini diperlukan strategi dalam menentukan media, agar pesan dapat tersampaikan kepada *audience* (khalayak sasaran). Media yang digunakan antara lain adalah sebagai berikut:

a. Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah Poster dan Spanduk. Poster adalah media promosi yang penyampaiannya langsung di lapangan. Ditempatkan di tempat strategis dan ramai sehingga masyarakat langsung bisa mengetahuinya.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan adalah *X-Banner, flayer, leaflet, sign system, uniform*, kartu nama, kalender, stiker, pin, dan mug. Untuk stiker, pin, dan mug sebagai *merchandise*, dengan begitu akan didapatkan dua manfaat sekaligus yaitu sebagai media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta

13. Program Media

Program media promosi ini akan dilaksanakan dalam periode 1 tahun yaitu tahun 2013-2014. Produksi media baik utama dan penunjang pada awalnya akan dilakukan bersama-sama. Selanjutnya, beberapa media seperti kartu nama akan terus diproduksi sesuai dengan frekuensi penggunaan media tersebut dan akan diatur melalui strategi yang tepat. Hal tersebut agar loyalitas pelanggan akan produk Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta tetap terjaga.

b. Estimasi Biaya Media Promosi :

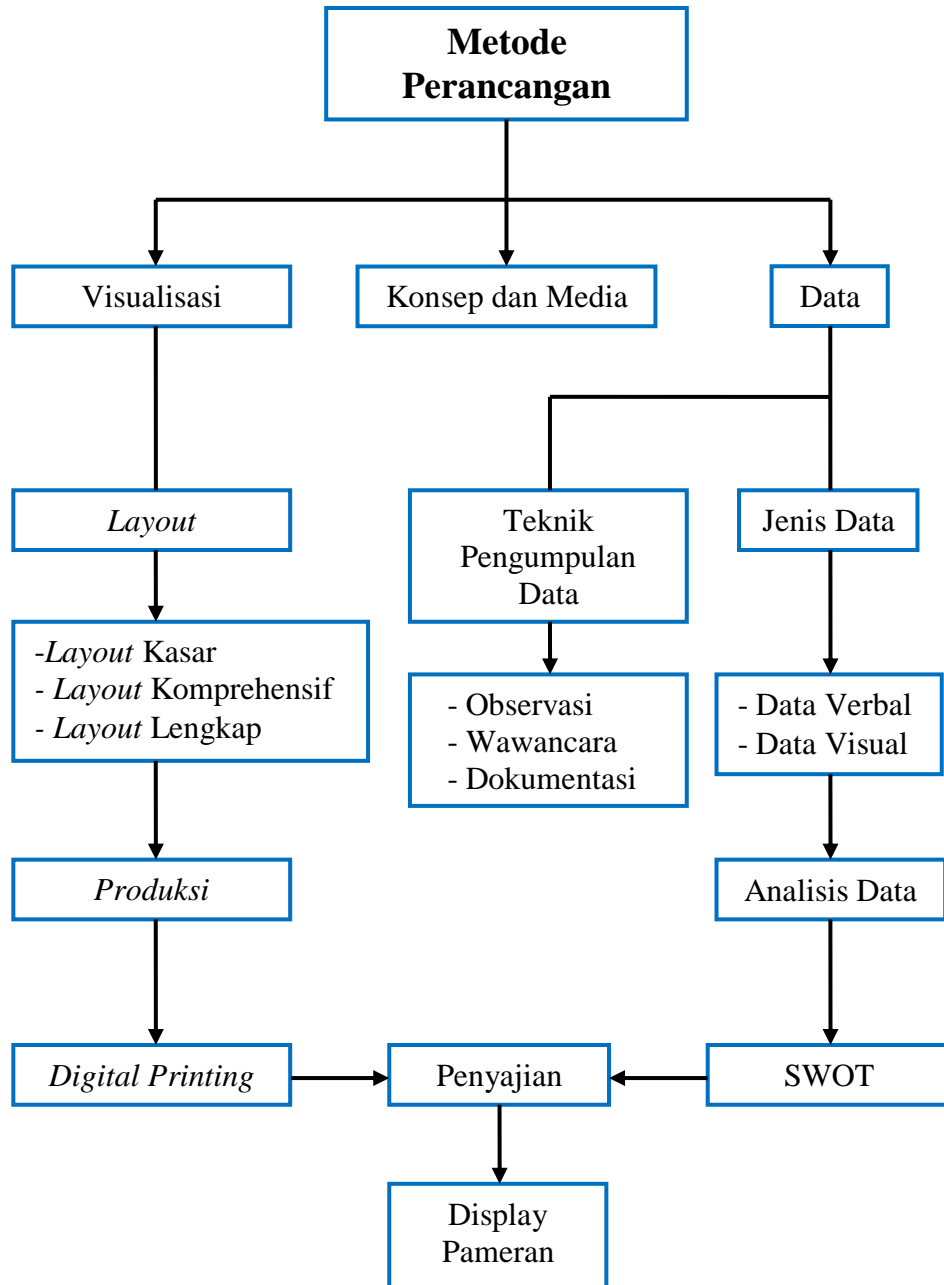
1) Tabel 6. Estimasi Biaya Media Utama (*Prime Media*)

No	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Estimati Biaya
1.	Poster	31cm x 47cm	100 buah	Rp. 100.000,-
2.	Spanduk	3 m x 1 m	2 Unit	Rp. 160.000,-
			Jumlah	Rp. 260.000,-

2) Tabel 7. Estimasi Biaya Program Media Penunjang (*Supporting Media*)

No	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Estimati Biaya
1.	<i>X-Banner</i>	60cm x 160cm	1 Unit	Rp. 33.000,-
2.	<i>Uniform</i>	<i>All Size</i>	1 Lusin	Rp. 600.000,-
3.	<i>Flayer</i>	14cm x 21cm	100 Lembr	Rp. 100.000,-
4.	<i>Acrylic Stand</i>	11cm x 20,5cm	20 Buah	Rp. 250.000,-
5.	<i>Leaflet</i>	21cm x 29,7cm	1 rim	Rp. 350.000,-
6.	Kartu Nama	5,5cm x 9cm	2 box	Rp. 100.000,-
7.	<i>Sign System</i>	1m x 0,5m	3 Buah	Rp. 200.000,-
8.	<i>Box Kemasan</i>	30x30x6cm	5 Rim	Rp. 1.000.000,-
9.	Kalender	31cm x 47cm	500 Buah	Rp. 500.000,-
10	<i>Stiker</i>	7 x 7cm	500 Buah	Rp. 250.000,-
11.	<i>Mug</i>	Medium	20 Lusin	Rp. 1.200.000,-
12.	Pin	2 inches	200 Buah	Rp. 250.000,-
			Jumlah	Rp. 4.833.000,-

14. Skema Perancangan



BAB III

KONSEP PERANCANGAN DAN VISUALISASI DESAIN

A. Konsep Perancangan

Konsep perancangan sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang berkesan inovatif, kreatif dan mampu menjadi media yang mempromosikan produk makanan dari Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ini. Adapun konsep perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ini secara umum adalah menghadirkan/menampilkan produk makanan pizza dan tempat yang ada di Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta dalam bentuk gambar/foto kedalam media promosi.

Langkah pertama dalam konsep ialah menentukan pendekatan desain, yaitu membuat desain yang *simple*/sederhana dengan mengolah unsur garis dan bidang, menggunakan warna orange sebagai pendukung dari tema Denaro Pizza dan Resto yang diangkat, serta menampilkan produk makanan pizza dan tempat yang ada dalam bentuk gambar/foto. Media promosi menggunakan bahasa yang formal sehingga mudah dipahami semua kalangan. Target *audience* dari perancangan media promosi ini adalah kalangan remaja hingga dewasa di Yogyakarta.

Berdasarkan konsep perancangan tersebut maka dibuat perancangan media promosi berupa Media Utama (*Prime Media*) yang digunakan yaitu poster dan spanduk, sedangkan media Media Penunjang (*Supporting Media*), antara lain *X-Banner, Uniform, Flayer, Acrylic Satand, Leaflet, Kartu Nama, SignSystem, Box Kemasan, Kalender, dan Merchandise* berupa *Stiker, Mug, dan Pin*.

1. Strategi Visual Secara Umum

- a) Menampilkan desain yang menarik dan mudah diingat, agar mudah diterima oleh khalayak sasaran.
- b) Menciptakan identitas atau karakteristik yang mempunyai ciri khas tersendiri baik dalam logo, warna, slogan ilustrasi dan tipografi yang bagus agar menarik sehingga dapat menanamkan kepercayaan konsumen.

2. Strategi Visual Verbal

a. Kepala berita (*Headline*)

Sub headline merupakan jembatan penghubung antara *headline* dengan *body text*. *Sub headline* digunakan apabila kalimat dalam headline cukup panjang sehingga kurang efektif. Apabila *headline* sudah memiliki kemampuan lebih untuk membangkitkan ketertarikan untuk membaca *body text*, maka *sub headline* tidak diperlukan lagi. Kalimat dalam suatu *Sub Headline* lebih jelas dan lebih menarik agar mudah dicerna oleh konsumen. Kalimat yang digunakan Denaro Pizza dan Resto.

Headline yang dipakai pada material iklan ini adalah suatu kalimat atau nama perusahaan yaitu Denaro Pizza dan Resto. Kalimat di *headline* akan dijelaskan dengan *Sub Headline*. *Headline* dengan kesederhanaan diharapkan akan mudah diingat oleh konsumen.

b. Penjelasan Kepala Berita (*Sub Headline*)

Sub headline merupakan jembatan penghubung antara *headline* dengan *body text*. *Sub headline* digunakan apabila kalimat dalam *headline* cukup panjang

sehingga kurang efektif. *Headline* sudah memiliki kemampuan lebih untuk membangkitkan ketertarikan untuk membaca *body text*, maka *sub headline* tidak diperlukan lagi. Kalimat dalam suatu *Sub Headline* lebih jelas dan lebih menarik agar mudah dicerna oleh konsumen. Kalimat yang digunakan Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta.

c. Teks (*Body Copy*)

Bodycopy merupakan penjelas dari *headline* sehingga perlu dibuat sekomunikatif dan seefektif mungkin. *Bodycopy* berfungsi menerangkan tentang produk sebenarnya yang yang dapat dipertanggungjawabkan. Pesan yang disampaikan bersifat ringkas, sederhana, mudah dimengerti oleh khalayak konsumen, dalam promosi Denaro Pizza dan Resto, *bodycopy* digunakan untuk memperjelas *headline* yaitu Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta.

d. *Closing Word* (Penutup)

Closing word atau kalimat penutup adalah kalimat yang pendek, jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan apakah ingin membeli produk yang ditawarkan atau tidak. *Closing word* juga dapat berupa alamat, info penjualan,dll.

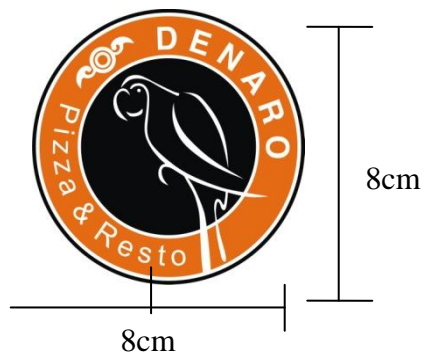
3. Strategi Visual Non Verbal

a. Logo

Logo Perusahaan



1) Konfigurasi



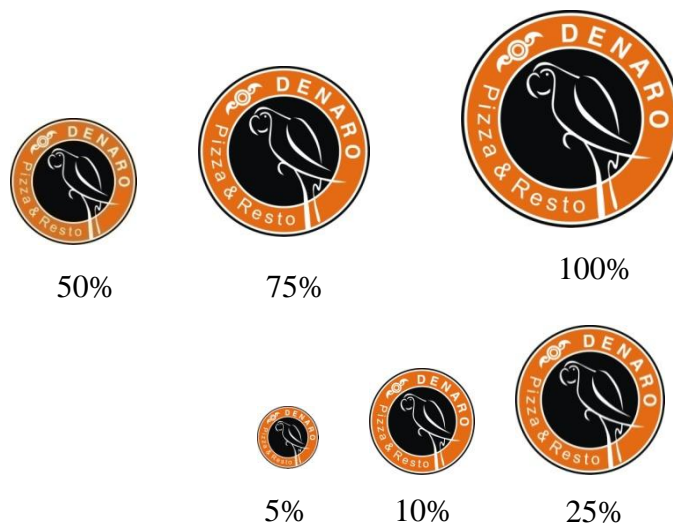
2) Warna



3) Gird



4) Skala



b. *Typography*

Typography digunakan untuk memilih jenis huruf dan karakternya. Perancangan *typography* didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari tema yang diangkat, menggunakan *typography* yang berbentuk sederhana namun tetap sesuai dengan karakteristik dari Denaro Pizza dan Resto. Jenis huruf yang akan dipilih adalah:

1) *Times New Roman*

Jenis huruf yang tergolong dekoratif ini cocok dipakai karena mempunyai karakter lembut. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab dan ramah dalam pelayanan kepada setiap konsumen Denaro Pizza dan Resto. Huruf ini terkesan elegan. Contoh tipografinya :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2) *Adobe Gothic Std B*

Jenis huruf *Adobe Gothic Std B* merepresentasikan kelugasan dan kejelasan seperti bidang usaha yang digeluti oleh Denaro Pizza dan Resto yaitu dalam penjualan makanan pizza. Contoh tipografinya :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3) *Berlin Sans FB*

Huruf ini adalah huruf dekoratif yang sangat mempunyai karakter yang sesuai dengan tema Denaro Pizza dan Resto sendiri yaitu kokoh sehingga Denaro Pizza dan Resto bisa dipercaya oleh kalangan apa saja. Contoh tipografinya :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

4) *Amazone BT*

Jenis huruf *Amazone BT* ini bentuknya tebal tipis, tidak berkaki, sehingga memancarkan kesan non-formal, elegan, akrab, dan gampang dibaca. Contoh tipografinya :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

5) *Arial*

Arial adalah Jenis huruf ini tergolong sederhana, mudah dibaca dan dimengerti apabila dicetak dalam ukuran besar maupun kecil. Contoh tipografinya

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

6) *Impact*

Jenis huruf *Impact* memiliki kesan yang tegas dan jelas digunakan dalam materi iklan Denaro Pizza dan Resto. Contoh tipografinya :

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

c. Warna

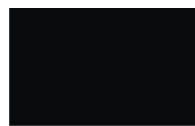
Warna merupakan unsur penting dalam promosi karena warna mempunyai bahasa komunikasi yang disampaikan lewat penglihatan. Penggunaan warna menunjukkan identitas dari produk tersebut yang selanjutnya akan dipakai dalam setiap media visual yang akan digunakan. Warna-warna yang akan dominan digunakan dalam perancangan desain media promosi dari Denaro Pizza dan Resto sebagai berikut :



C: 0, M: 100, Y: 100, K: 0



C: 35, M: 96, Y: 93, K: 56



C:100, M:100, Y:100, K:100



C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0



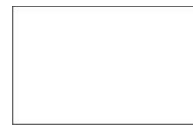
C: 0, M: 20 Y: 100, K: 0



C:0, M:100, Y:0, K:0



C: 0, M: 0 Y: 100, K: 0



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

Warna Orange merupakan identitas dari Denaro Pizza dan Resto, orange dipilih karena warna ini dapat melambangkan sosialisasi, penuh harapan, membangkitkan semangat, dan kreatifitas, oleh karena itu warna ini menjadi

warna kunci (*key colour*) dan akan diaplikasikan secara dominan pada setiap media.

d. Layout

Layout atau tata letak adalah usaha untuk menyusun elemen-elemen grafis yang digunakan dalam perancangan. Perancangan ini menggunakan tahapan *layout* sebagai berikut :

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

Layout gagasan (*Idea Layout*) adalah tahap awal menyusun tata letak yang berbeda. Tata letak yang terpilih akan digunakan untuk pengembangan *layout* selanjutnya.

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

Layout kasar (*Rough Layout*) adalah tahapan memilih salah satu dari *layout* gagasan. Gambar yang sama sesuai dengan ukuran sebenarnya dan sudah dapat terbaca gambar dan teksnya. *Layout kasar (Rough Layout)* masih dapat direvisi lagi dengan penambahan atau pengurangan elemen-elemen grafis.

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

Layout lengkap (*Comprehensive Layout*) adalah berupa penyempumaan dari *layout* kasar. *Layout* kasar (*Comprehensive Layout*) mempunyai ketepatan ukuran, skema, warna dan rincian lainnya untuk memperlihatkan hasil dari sebuah perancangan.

4) Final Desain

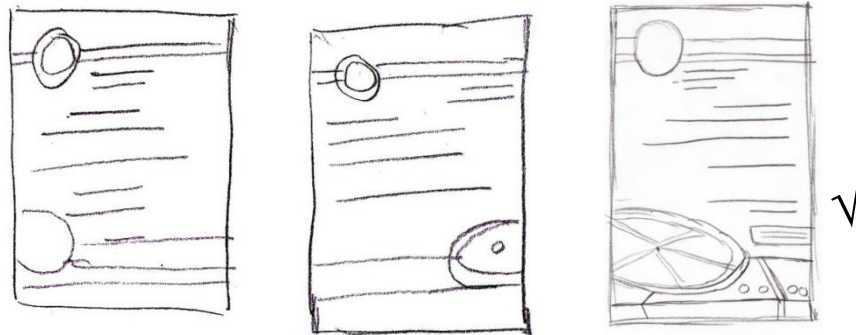
Final desain adalah berupa visualisasi dari *layout* lengkap. Final desain berupa *print out* yang siap untuk di publikasikan.

B. Visualisasi Desain

1. Media Utama (*Prime Media*)

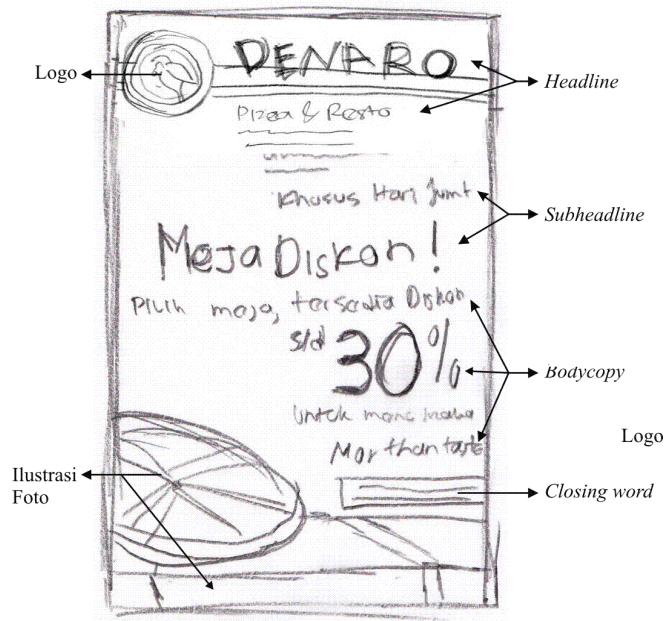
a. Poster 1

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 20 : *Layout Gagasan Ide Desain Poster 1.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*



Gambar 21 : *Layout Kasar Desain Poster 1.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 22 : *Comprehensive Layout* Desain Poster 1.
 Sumber : Ardiyan, 2013

4) *Final Desain*



Gambar 23 : *Final Desain* Poster 1.
 Sumber : Ardiyan, 2013

- (1) Nama Media : Poster
- (2) Ukuran : A3+
- (3) Format : *Portrait*
- (4) Bahan : Ivory 260
- (5) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza.
 - *Subheadline* : Khusus hari jum'at meja diskon.
 - *Body Copy* : Pilih meja tersedia, diskon sampai s/d 30% untuk menu makanan.
 - *Closing Word* : More than taste dan fasilitas wifi dll.
- b) Visual/Illustrasi :

Agar memunculkan kesan eksklusif namun masih berkaitan dengan tema, maka dipilih ilustrasi foto produk makanan pizza yang terletak di atas meja. Penggunaan warna harmonis juga dapat menimbulkan kesan eksklusif. Menggunakan logo supaya calon pelanggan yang lain dapat langsung mengenali Denaro Pizza dan Resto.

- c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0), Kuning (C: 0, M: 0, Y: 100, K: 0)

- d) Tipografi :

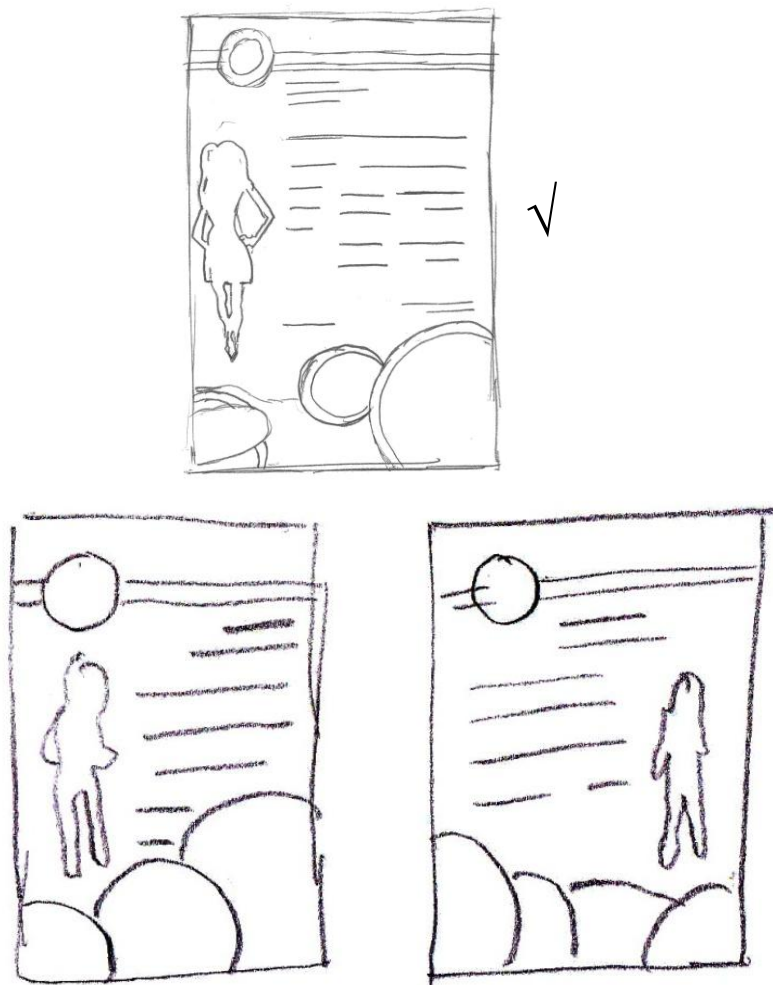
Adobe Gothic Std B, Arial, Impact

e) *Layout* :

Pembagian ruang asimetris pada bagian ilustrasi, dengan meletakkan gambar foto produk makanan pizza dibagian bawah, sedangkan logo Denaro Pizza terletak diatas, secara keseluruhan memberi kesan non-formal. Desain ini mengutamakan kesatuan, keseimbangan, harmonis, irama dan *center of point*

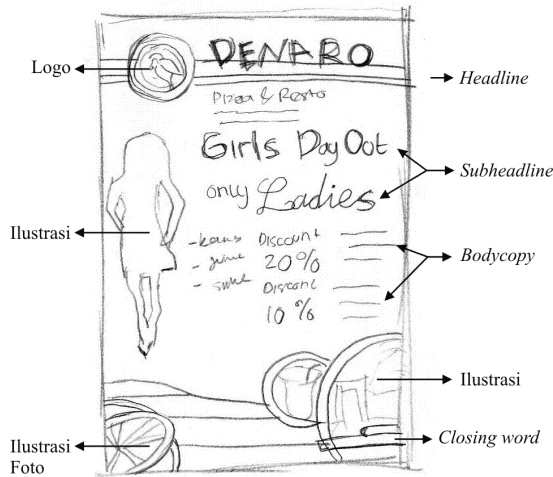
b. **Poster 2**

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



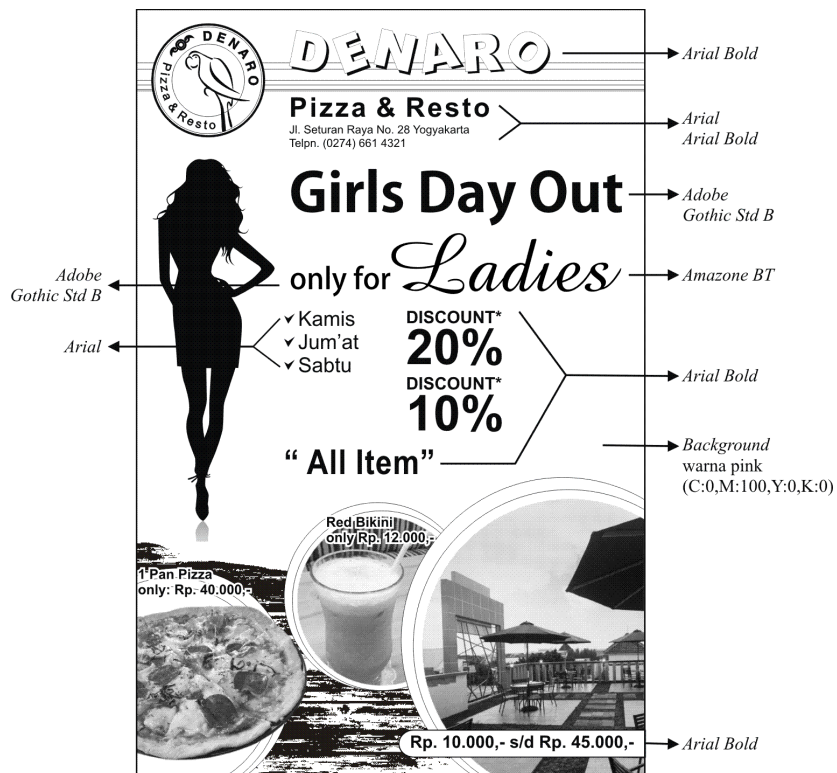
Gambar 24 : *Layout* Gagasan Ide Desain Poster 2.
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*



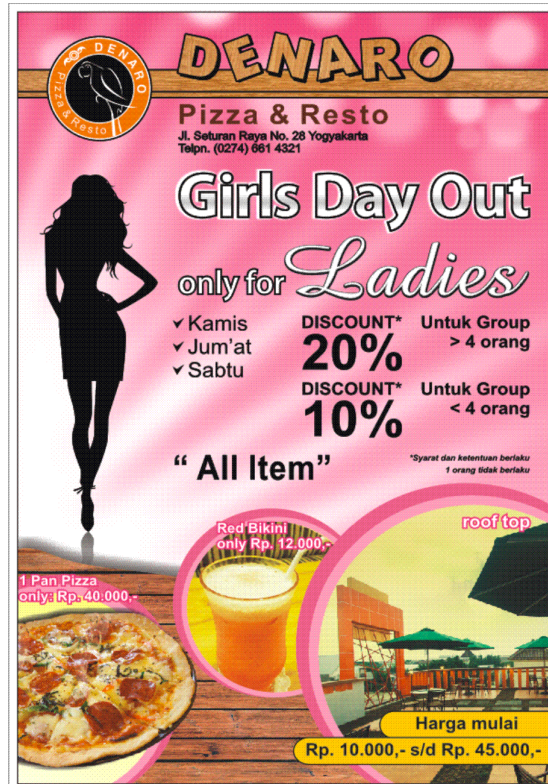
Gambar 25 : *Layout Kasar Desain Poster 2.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 26 : *Comprehensive Layout Desain Poster 2.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 27 : Final Desain Poster 2.
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : Poster
- (b) Ukuran : A3+
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : Ivory 260
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza
 - *Subheadline* : *Girls day out only for ladies*

- *Body Copy* : kamis, jumat, sabtu, *discount 10% dan 20%* untuk group 4 orang
- *Closing Word* : Harga mulai 10.000,- s/d 45.000,-

b) *Visual/Illustrasi* :

Background poster menggunakan warna pink gradasi dengan warna putih untuk mendukung promosi poster Denaro Pizza, sesuai dengan penggunaan *subheadline* poster yaitu *Girls day out only for ladies*. Penggunaan logo disudut atas agar terlihat lebih jelas, ilustrasi berupa wanita dengan warna hitam. Penempatan ilustrasi foto yang diletakan di bawah sangat harmonis bertujuan mampu memperjelas jenis produk yang ditawarkan.

c) *Tipografi* :

Adobe Gothic Std B, Amazone BT, Arial

d) *Warna* :

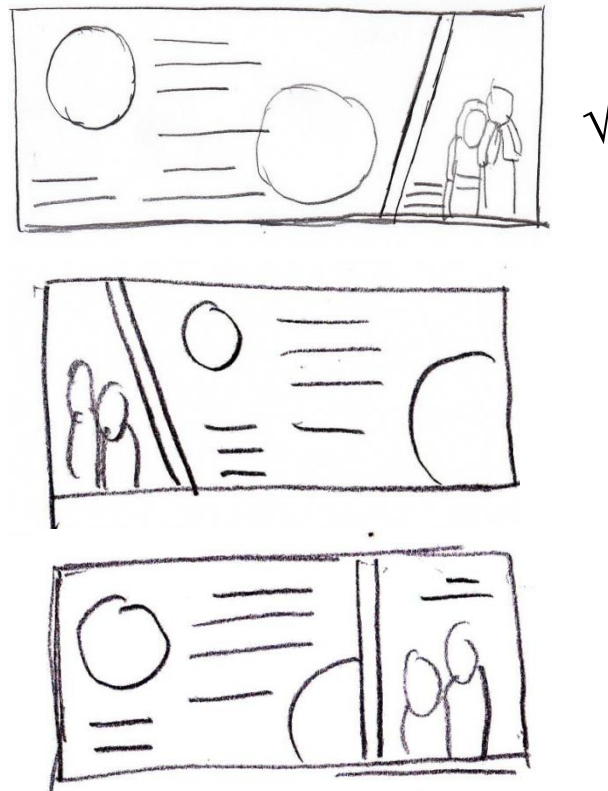
Pink (C:0, M:100, Y:0, K:0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0), Kuning tua(C: 0, M: 20, Y: 100, K: 0)

e) *Layout* :

Pembagian ruang asimetris pada bagian ilustrasi wanita terletak disamping kanan, kemudian gambar foto makanan pizza, minuman dan tempat Denaro Pizza terletak dibagian bawah, sedangkan logo Denaro Pizza terletak diatas, secara keseluruhan memberikan kesan non-formal. Desain ini mengutamakan kesatuan, keseimbangan, harmonis, irama dan *center of point*.

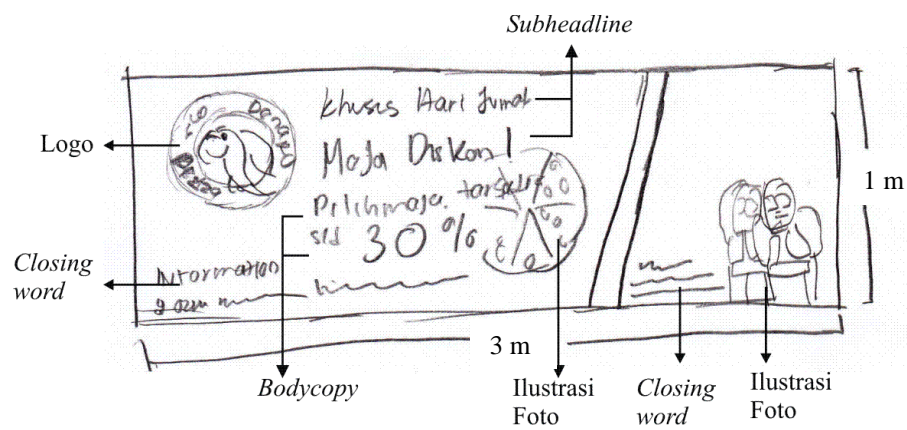
c. Spanduk

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 28 : *Layout Gagasan Ide Desain Spanduk.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 29 : *Layout Kasar Desain Spanduk.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) Layout Lengkap (*Comperhensive Layout*)



Gambar 30 : *Comprehensive Layout* Desain Spanduk.
Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 31 : Final Desain Spanduk.
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : Spanduk
- (b) Ukuran : 3 m x 1 m
- (c) Format : *landscape*
- (d) Bahan : Flexi Glosy 280 grm
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza dan Resto.
 - *Subheadline* : Khusus hari jum'at

- *Body Copy* : Meja diskon! Pilih meja, tersedia diskon 30% untuk menu makanan.
- *Closing Word* : Informasi telpon, *more than taste*, dan fasilitas yang disediakan oleh Denaro Pizza dan Resto.

b) Visual/Illustrasi :

Background warna orange dengan ilustrasi transparan foto tempat Denaro Pizza, di bagian atas kanan terdapat logo. Ilustrasi foto produk makanan pizza, foto remaja laki-laki dan perempuan sedang makan pizza terletak disamping kiri.

c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0).

d) Tipografi :

Impact.

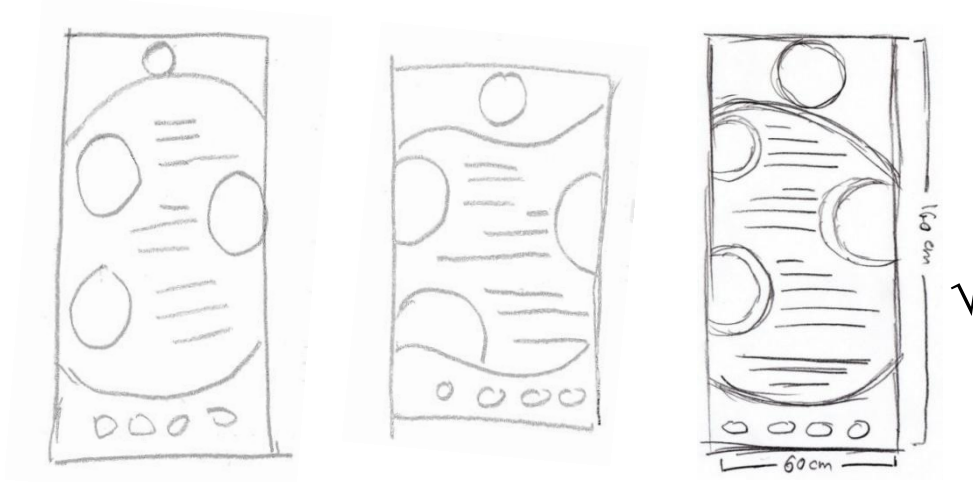
e) *Layout* :

Pembagian ruang teks dan ilustrasi dibuat asimetris supaya memberikan kesan komunikatif. Ilustrasi foto makanan pizza serta foto seorang remaja laki-laki dan perempuan sedang makan pizza berfungsi sebagai daya tarik. Pemilihan warna pada latar belakang membuat pandangan pelanggan langsung tertuju pada informasi dan menonjolkan isi pesan.

2. Media Penunjang (Supporting Media)

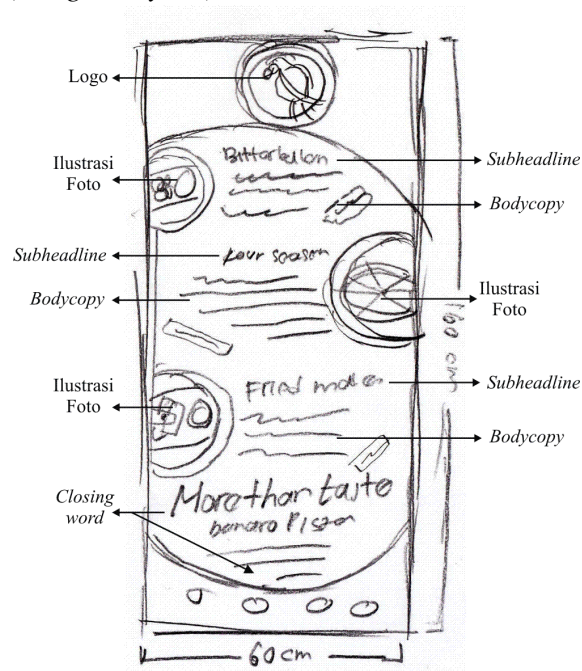
a. X-Banner

1) Layout Gagasan (Idea Layout)



Gambar 32 : Layout Gagasan Ide Desain X-Banner.
Sumber: Ardiyan, 2013

2) Layout Kasar (Rough Layout)



Gambar 33: Layout Kasar Desain X-Banner.
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*

Background warna orange (C:0,M:60,Y:100,K:0)

DENARO
PIZZA & Resto

Bitterballen
Deep ried becamel stuffed beef with tar-tar sauce.
Becamel goreng yang diisi wortel, onion, daging sapi asap di sajikan dengan tar-tar saus.

Four Season Pizza
Mushrooms, pepperoni, vegetables beef pastrami, olives
Jamur, sosis pedas, sayuran panggang, daging sapi asap, buah zaitun, dan keju mozzarella.

Fried Melted Mozzarella
Deep fried melted mozzarella cheese with spicy tomato sauce
Keju mozzarella panir goreng disajikan dengan saos tomat pedas segar.

More than taste
DENARO Pizza & Resto
Jl. Seturan Raya No. 28 Yogyakarta
Telpn. (0274) 6614321

DenaroPizzaAndResto @denaropiza

FREE WiFi COFFEE PARKING ROOF TOP

Background warna orange (C:0,M:60,Y:100,K:0)

Arial
Arial Bold
Impact

Gambar 34: *Comprehensive Layout Desain X-Banner.*
Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 35 : Final Desain X-Banner.
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *X-Banner*
- (b) Ukuran : 160 m 60 m
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : Flexi Glosy 240 grm
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza dan Resto.
 - *Subheadline* : Produk makanan *Bitterballen*, *Four Season Pizza*, dan *Fried Melted Mozzarella*.

- *Body Copy* : Nama menu makanan yang ada di Denaro Pizza dan Resto.
- *Closing Word* : *More than taste*, alamat Denaro Pizza dan Resto, Fasilitas yang ada di Denaro Pizza.

b) Visual/Illustrasi :

Terdapat *headline* dengan logo pada bagian atas *x-banner*, kemudian terdapat *subheadline* produk makanan *Bitterballen*, *Four Season Pizza*, serta *Fried Melted Mozzarella* dan *bodycopy* nama menu makanan yang ada di Denaro Pizza, ilustrasi foto produk makanan pizza dipadukan dengan bidang setengah lingkaran, terakhir adalah informasi alamat Denaro Pizza. *Background* yang digunakan berwarna putih dengan disertai bidang persegi panjang setengah lingkaran berwarna orange terletak dibagian atas dan bawah.

c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Coklat tua (C: 35, M: 96, Y: 93, K: 56).

d) Tipografi :

Impact, Berlin San FB, Arial

e) *Layout* :

Media ini disusun menurut format *portrait* berdasarkan standar ukuran *x-banner*, untuk itu guna menghasilkan desain yang komunikatif digunakan pola keseimbangan asimetris. Logo dari Denaro Pizza terletak diatas, kemudian pada bagian bawah terdapat foto produk makanan, dan informasi.

b. Uniform

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



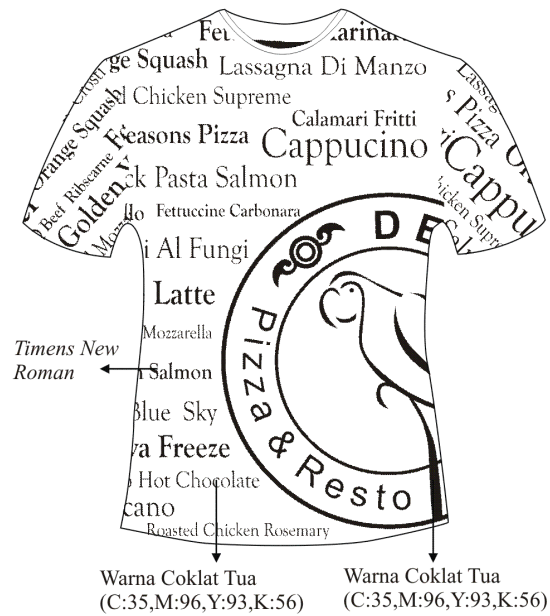
Gambar 36 : *Layout Gagasan Ide Desain Uniform.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 37 : *Layout Kasar Desain Uniform.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 38 : *Comprehensive Layout Desain Uniform.*
Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



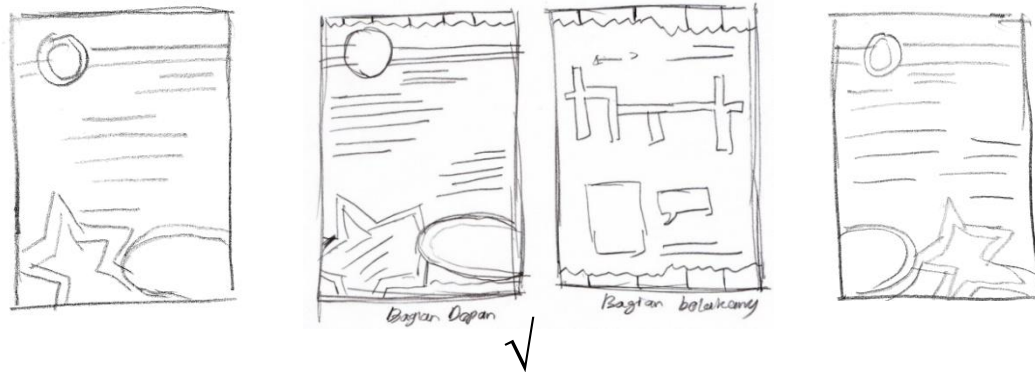
Gambar 39 : *Final Desain Uniform.*
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *T-Shirt*
- (b) Ukuran : *All size*
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : *Catton Combat 24s*
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : -
 - *Subheadline* : Logo Denaro Pizza dan Resto.
 - *Body Copy* : Nama menu makanan yang ada di Denaro Pizza dan Resto.
 - *Closing Word* : -
- b) Visual/Illustrasi :
- Tipografi menu-menu makanan dan logo Denaro Pizza
- c) Warna :
- Coklat tua (C: 35, M: 96, Y: 93, K: 56)
- d) Tipografi :
- Times New Roman*
- e) *Layout* :

Penggunaan tipografi *times new roman* nama-nama menu makanan di Denaro Pizza pada media kaos ini merupakan pengulangan suatu variasi dari desain kaos. Pengulangan tersebut dapat membentuk sebuah irama, kemudian logo dari Denaro Pizza dengan ukuran besar terdapat disebelah kiri bawah.

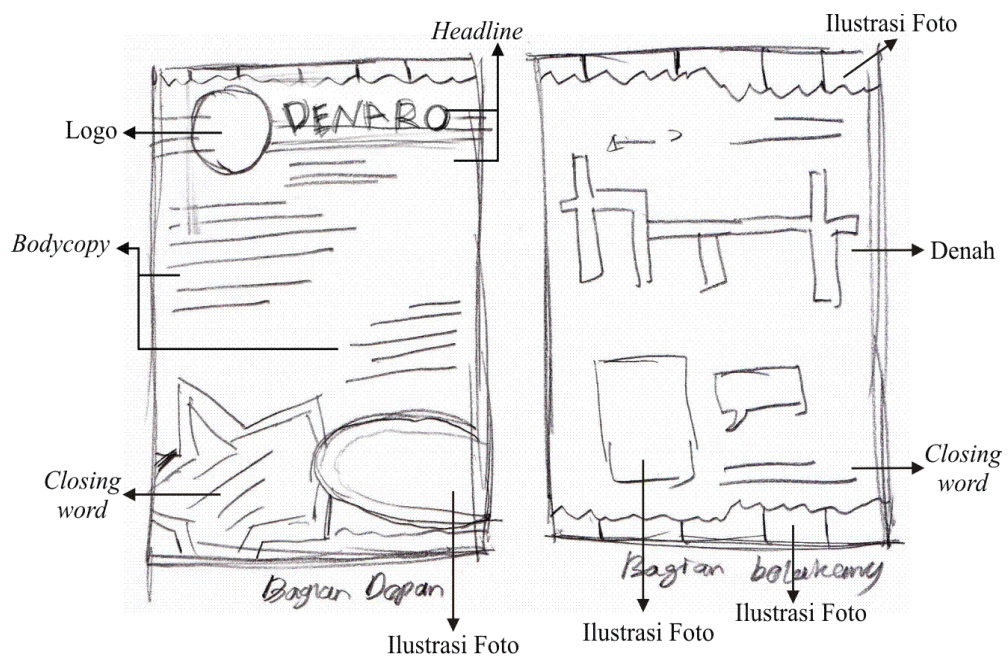
c. Flayer

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



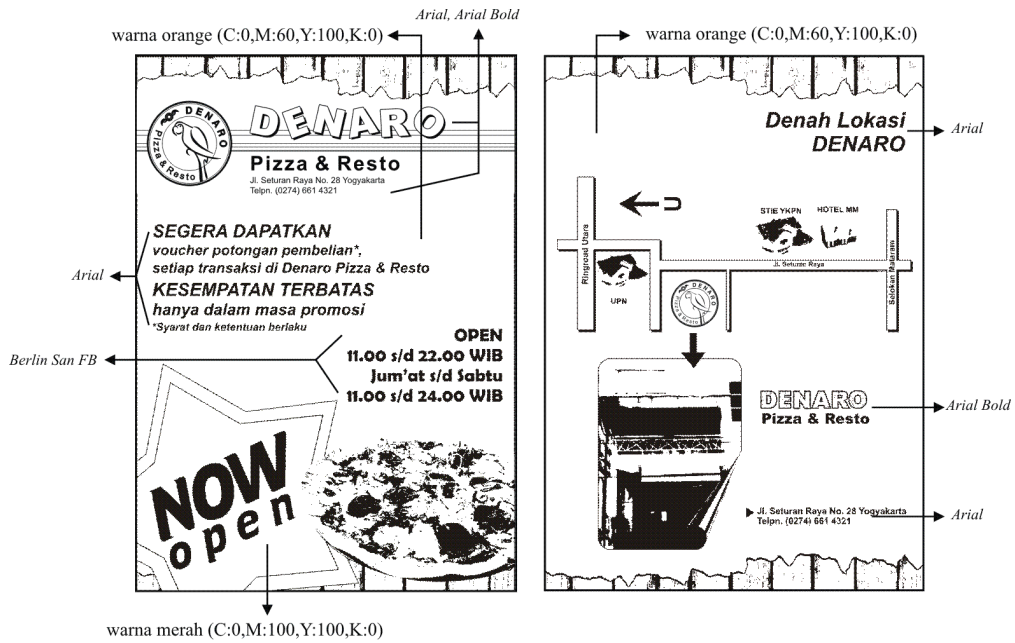
Gambar 40 : *Layout Gagasan Ide Desain Flayer.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*



Gambar 41 : *Layout Kasar Desain Flayer.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 42 : *Comprehensive Layout Desain Flyer.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

4) *Final Desain*



Gambar 43 : *Final Desain Flyer.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *Flyer*
- (b) Ukuran : 14,8 cm x 21 cm
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : *Artpaper 210*
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza dan Resto.
 - *Subheadline* : Segera dapatkan, Kesempatan terbatas, *Open*
 - *Body Copy* : voucher potongan pembelian*, setiap transaksi di Denaro Pizza & Resto, hanya dalam masa promosi, dan 11.00 s/d 22.00 WIB Jum'at s/d Sabtu 11.00 s/d 24.00 WIB
 - *Closing Word* : *Now open*
- b) Visual/Illustrasi :

Menggunakan *background* warna orange dengan ilustrasi transparan foto tempat Denaro Pizza menunjukkan identitas Denaro Pizza dan Resto, logo terletak dibagian atas untuk menonjolkan identitas Denaro Pizza, teks *now open* terletak di bentuk bintang warna merah, di dalamnya teks dengan warna putih agar terlihat jelas dan mudah dibaca, kemudian di samping terdapat ilustrasi makanan pizza.

- c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Merah (C: 0, M: 100, Y: 0, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0).

- d) Tipografi :

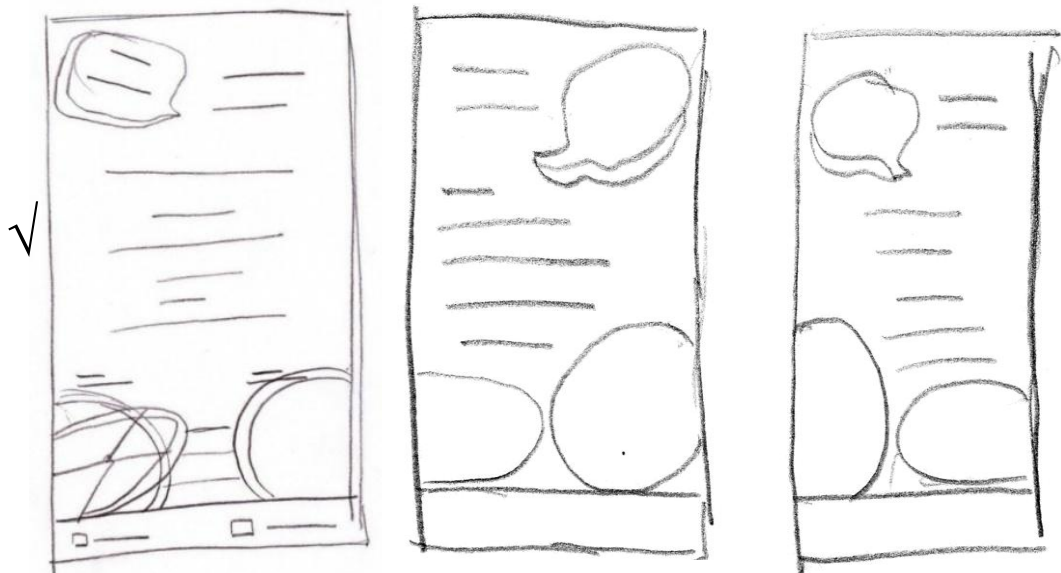
Berlin San FB, Arial

e) *Layout* :

Penataan pada bagian depan *flayer* lebih menonjolkan pada informasi tentang *voucher* potongan harga, dengan latar belakang ruangan dari Denaro Pizza. Background menggunakan warna orange dengan gambar foto ruangan lantai 1 dari Denaro Pizza yang memiliki *opacity* rendah, kemudian pada bagian bawah terdapat foto produk makan pizza.

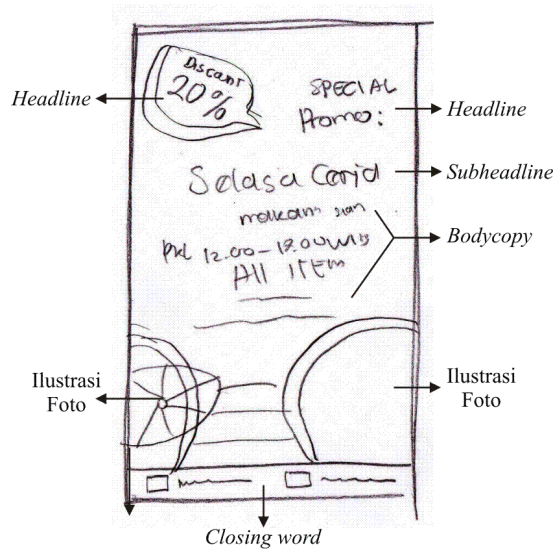
d. *Acrylic Stand*

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



Gambar 44 : *Layout* Gagasan Ide Desain *Acrylic Stand*.
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*



Gambar 45 : *Layout Kasar Desain Acrylic Stand.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 46 : *Comprehensive Layout Desain Acrylic Stand.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 47 : Final Desain Acrylic Stand
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *Acrylic Stand*
- (b) Ukuran : 11 cm x 20,5 cm
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : *Artpaper 210 dan Acrylic*
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : *Discount 20%, Special Promo*
 - *Subheadline* : *Selasa Ceria*
 - *Body Copy* : *Makan Siang Pkl. 12.00-17.00 WIB "All Item" Harga Mulai Rp. 10.000,- s/d Rp. 45.000,-*
 - *Closing Word* : *Facebook and twiter DenaroPizzaAndResto*

b) Visual/Illustrasi :

Background acrylik stand menggunakan warna orange gradasi dengan warna putih untuk mendukung *acrylik stand* poster Denaro Pizza. Penempatan ilustrasi foto makanan pizza dan pasta yang diletakan di bawah sangat harmonis bertujuan mampu memperjelas jenis produk yang ditawarkan.

c) Warna :

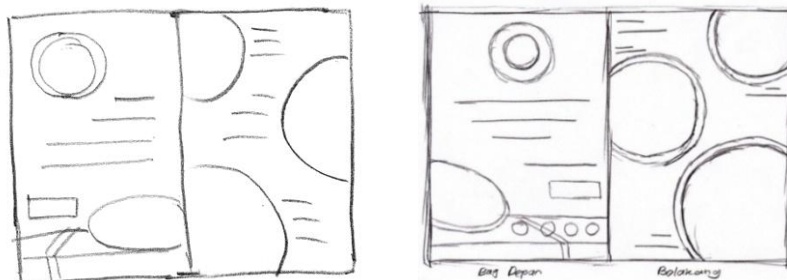
Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Kuning Tua (C: 0, M: 20, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0).

d) Tipografi :

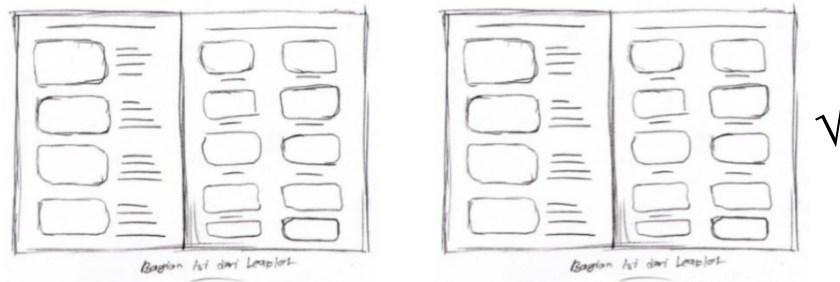
Arial

e) *Layout* :

Media ini disusun menurut format *portrait* berdasarkan ukuran *acrylic stand*, untuk itu guna menghasilkan desain yang komunikatif digunakan pola keseimbangan asimetris. Pada *background acrylik stand* menggunakan warna orange dengan gradasi warna putih, kemudian pada bagian bawah terdapat foto produk makanan pizza.

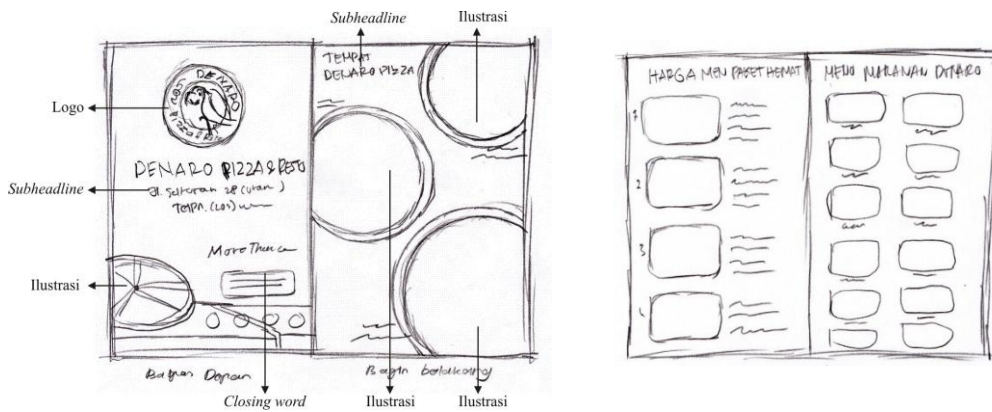
e. *Leaflet*1) *Layout* Gagasan (*Idea Layout*)

✓



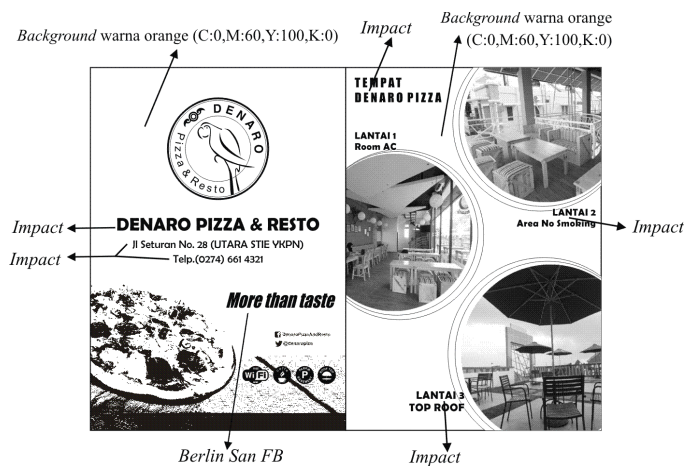
Gambar 48 : *Layout* Gagasan Ide Desain *Leaflet*.
 Sumber: Ardiyan, 2013

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

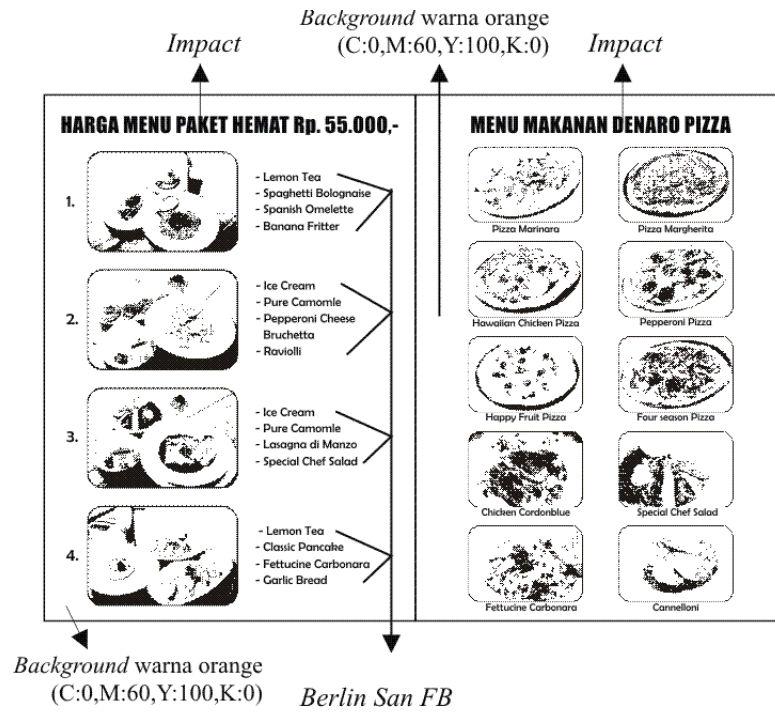


Gambar 49: *Layout* Kasar Desain *Leaflet*.
 Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout* Lengkap (*Comperhensive Layout*)



Gambar 50 : *Comprehensive Layout* Desain *Leaflet*.
 Sumber : Ardiyan, 2013



Gambar 51 : *Comprehensive Layout Desain Leaflet.*
Sumber : Ardiyan, 2013



Gambar 52 : Final Desain *Leaflet*
Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 53 : Final Desain *Leaflet*
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *Leaflet*
- (b) Ukuran : 14,8 cm x 21 cm
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : Ivory 210
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza dan Resto
 - *Subheadline* : Denaro Pizza dan Resto, Harga menu paket hemat Rp. 55.000, Menu makanan Denaro Pizza, Tempat Denaro Pizza.
 - *Body Copy* : nama menu makanan, tempat, dan fasilitas
 - *Closing Word* : *More than taste* dan Fasilitas Denaro Pizza

b) Visual/ Ilustrasi :

Pada halaman depan *leaflet* terdapat logo Denaro Pizza dan alamat dari Denaro Pizza, kemudian bagian bawah menggunakan ilustrasi foto makanan pizza di atas meja. Halaman ke dua *leaflet* terdapat *subheadline* harga menu paket hemat Rp. 55.000, kemudian *bodycopy* nama menu makanan dan ilustrasi foto produk makanan. Halaman ke tiga *leaflet* terdapat *bodycopy* menu makanan Denaro Pizza serta ilustrasi foto produk makanan. Halaman ke empat *leaflet* terdapat *subheadline* tempat Denaro Pizza, *bodycopy* nama tempat dan ilustrasi foto tempat Denaro Pizza.

c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Kuning Tua (C: 0, M: 20, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0).

d) Tipografi :

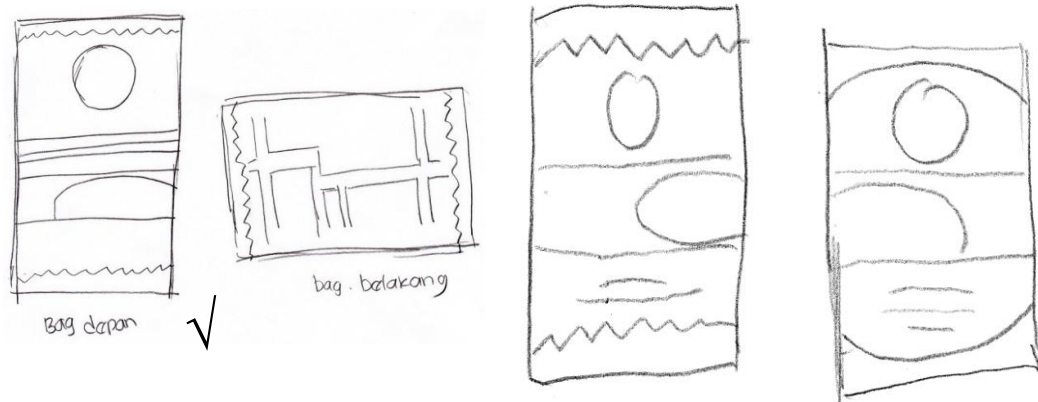
Impact, Berlin San FB

e) *Layout* :

Pembagian ruang asimetris pada bagian halaman depan *leaflet*, dengan meletakkan gambar foto produk makanan pizza dibagian bawah, sedangkan logo Denaro Pizza terletak diatas, secara keseluruhan memberi kesan non-formal. Pada bagian belakang *leaflet* terdapat nama menu makanan dan ilustrasi foto produk makanan dari Denaro Pizza.

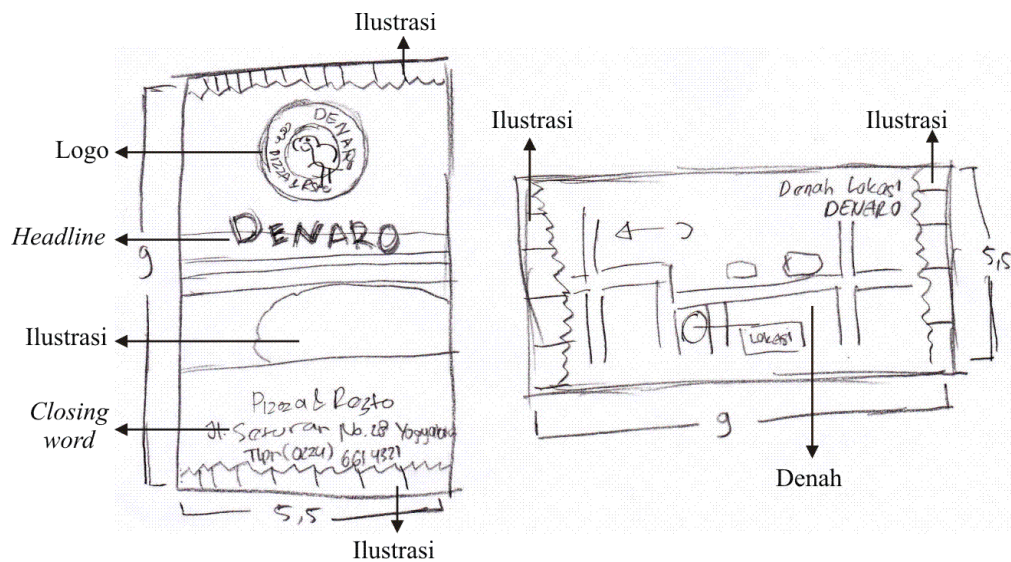
f. Kartu Nama

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



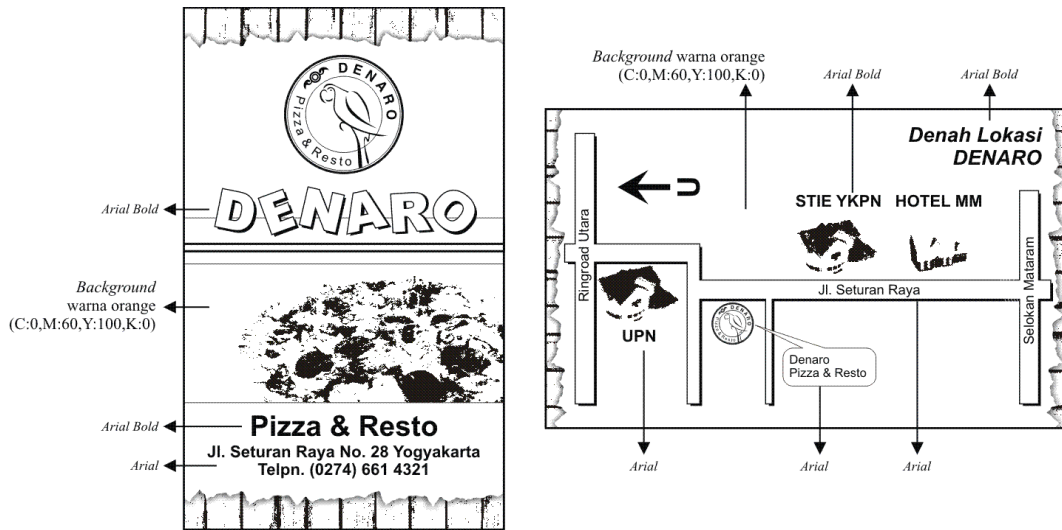
Gambar 54 : *Layout* Gagasan Ide Desain Kartu Nama.
Sumber: Ardiyan, 2013

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



Gambar 55 : *Layout* Kasar Desain Kartu Nama.
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 56 : *Comprehensive Layout* Desain Kartu Nama.
 Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 57 : Final Desain Kartu Nama
 Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : Kartu Nama
- (b) Ukuran : 9 cm x 5,5 cm
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : Ivory 260
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro dan Pizza
 - *Subheadline* : Denaro
 - *Body Copy* : -
 - *Closing Word* : Pizza dan Resto Jl. Seturan No. 28 Yogyakarta
- b) Visual/Illustrasi :

Menggunakan *background* warna putih, logo Denaro Pizza terletak di atas untuk menonjolkan identitas Denaro Pizza, teks di bawah warna orange agar terlihat jelas, di tengah terdapat penggunaan warna orange yang dibuat secara asimetris, di dalamnya terdapat ilustrasi foto makanan pizza.

- c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Kuning Tua (C: 0, M: 20, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0).

- d) Tipografi :

Arial

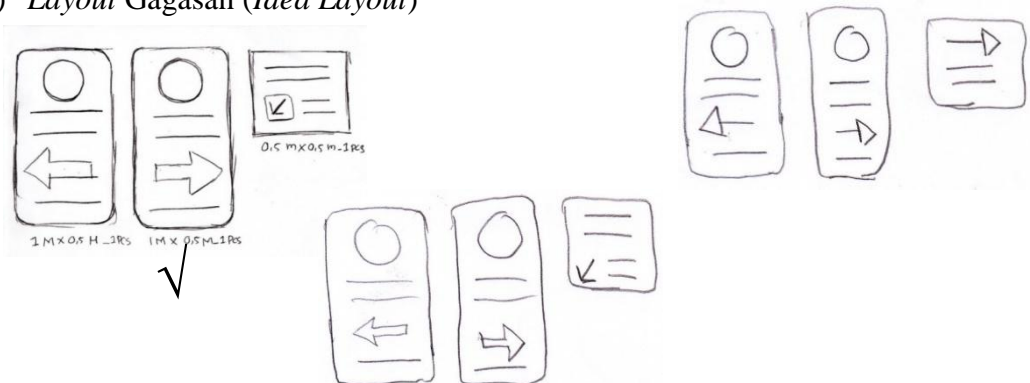
- e) *Layout* :

Kartu nama didesain dengan format *portrait*, menggunakan pembagian asimetris agar terkesan menarik dan komunikatif. Logo dipasang di sudut atas dan

teks alamat di sisi bawah. Ukuran teks alamat kecil, agar tetap terlihat *balance* dengan logo. Ilustrasi foto makanan pizza terletak di bagian tengah kartu nama, pada bagian atas dan bawah terdapat gambar kayu, mencerminkan desain dalam interior ruangan dari Denaro Pizza. Halaman ke dua kartu nama terdapat ilustrasi gambar denah/lokasi Denaro Pizza.

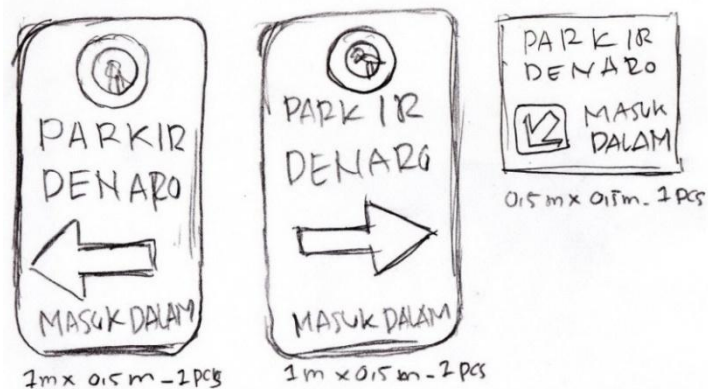
g. Sign System

1) Layout Gagasan (*Idea Layout*)



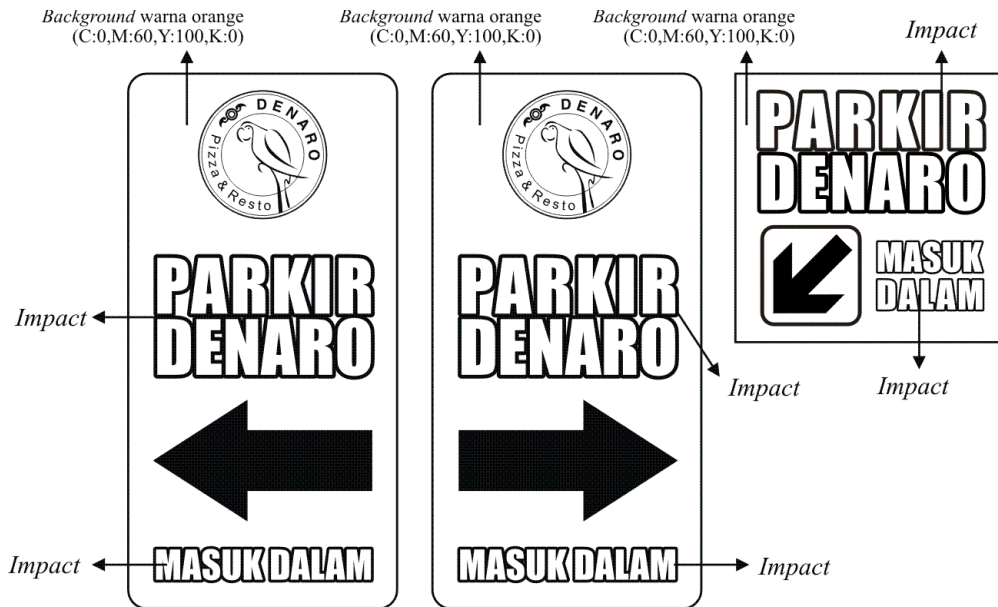
Gambar 58 : *Layout Gagasan Ide Desain Sign System.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) Layout Kasar (*Rought Layout*)



Gambar 59 : *Layout Kasar Desain Sign System.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 60: *Comprehensive Layout Desain Sign System.*
Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 61 : *Final Desain Sign System*
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *Sign System*
- (b) Ukuran : 1m x 0,5 m dan 0,5m x 0,5 m
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : *Aluminium*
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza
 - *Subheadline* : Parkir Denaro
 - *Body Copy* : -
 - *Closing Word* : Masuk dalam
- b) Visual/Illustrasi :

Background warna orange dengan bentuk *portraid*. Logo Denaro Pizza terletak di atas, *subheadline* parkir Denaro Pizza berwarna putih dengan outline tebal warna hitam. Ilustrasi menggunakan tanda panah arah kanan dan kiri dengan warna hitam, pada bagian bawah terdapat *closingword* masuk kedalam warna putih, *outline* tebal waran hitam.

- c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0).

- d) Tipografi :

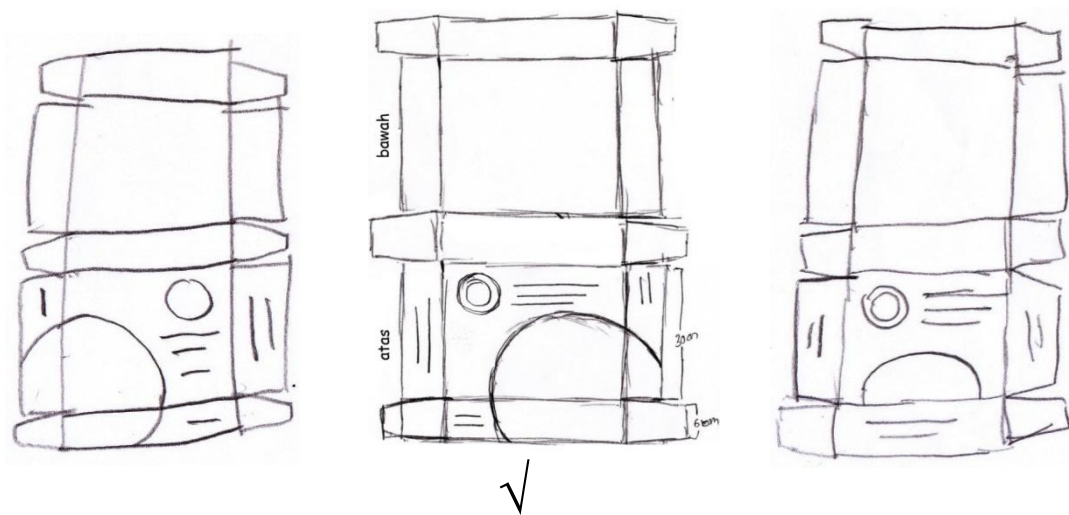
Impact

e) *Layout* :

Pembuatan *sign system* ini menggunakan *wayfinding sign* yang dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menemukan jalan menuju suatu lokasi. Informasi yang disampaikan dalam *wayfinding sign* sendiri bersifat deskriptif karena memang ditujukan untuk tempat parkir dari Denaro Pizza dan resto, untuk itu guna menghasilkan desain *sign system* yang komunikatif digunakan pola keseimbangan asimetris.

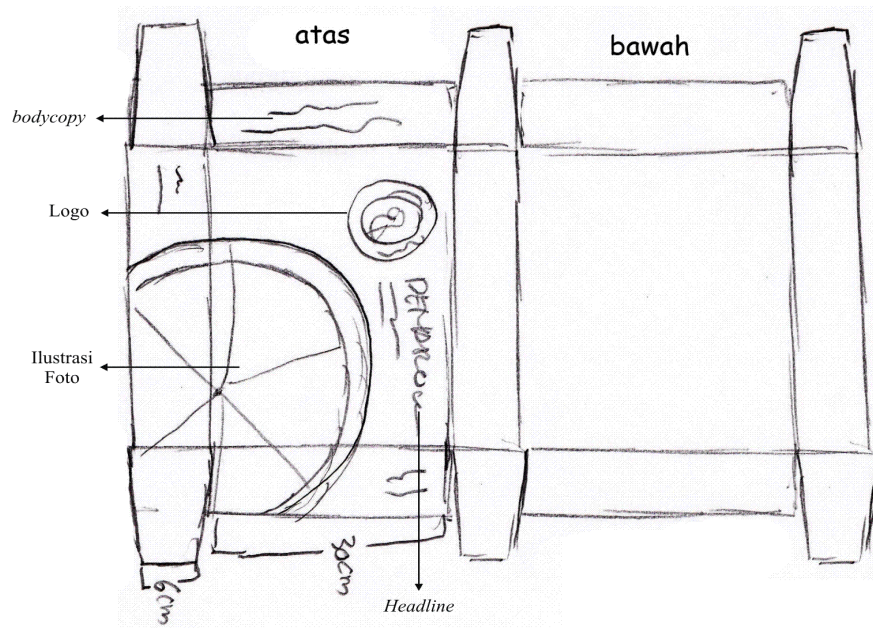
h. Box Kemasan

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



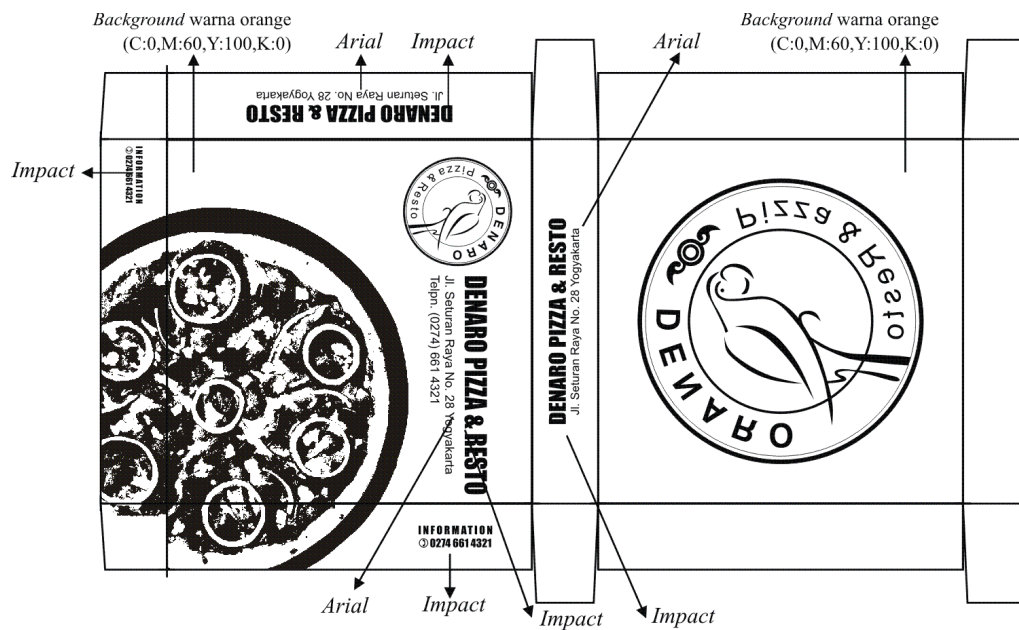
Gambar 62: *Layout Gagasan Ide Desain Box Kemasan.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) Layout Kasar (Rought Layout)



Gambar 63: *Layout Kasar Desain Box Kemasan.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) Layout Lengkap (Comperhensive Layout)



Gambar 64: *Comprehensive Layout Desain Box Kemasan.*
Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 65 : Final Desain *Box* Kemasan
Sumber : Ardiyan, 2013



Gambar 66 : Final Desain *Box* Kemasan
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *Box Kemasan*
- (b) Ukuran : 30 cm x 30 cm x 6 cm
- (c) Format : Kotak
- (d) Bahan : Kertas *Duplex*
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza
 - *Subheadline* : -
 - *Body Copy* : -
 - *Closing Word* : Denaro Pizza dan Resto Jl. Seturan Raya No. 28
Yogyakarta. Telpn. (0274) 661 4321

b) Visual/Illustrasi :

Background menggunakan warna orange dengan gradasi kuning tua, kemudian terdapat ornament yang mengisi di seluruh *box* kemasan tersebut. Ilustrasi menggunakan foto makanan pizza.

c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0), Coklat tua (C: 35, M: 96, Y: 93, K: 56).

d) Tipografi :

Impact, Arial

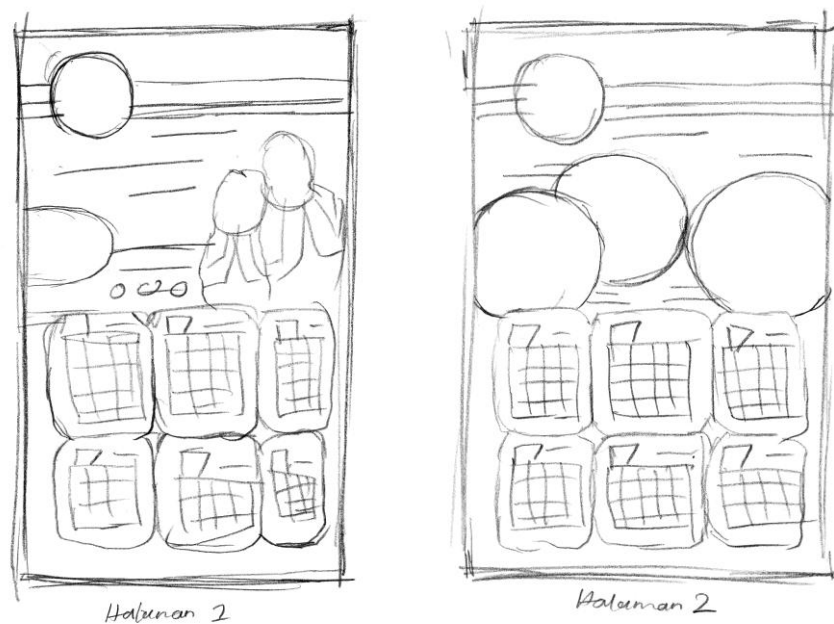
e) *Layout* :

Box Kemasan ini menggunakan bentuk kotak yang mudah dibawa. Pembagian ruang antara ilustrasi dengan teks memakai keseimbangan asimetris,

agar menghasilkan media yang komunikatif, dinamis dan tidak membosankan, pada bagian atas *headline* logo Denaro Pizza dirancang berada di sudut kanan supaya terlihat seimbang dengan ilustrasi foto makanan pizza di bagian bawah sebelah kiri yang terkesan sangat berat, untuk mengurangi kesan berat tersebut, teks Denaro Pizza serta alamat tersebut diwarnai gelap coklat tua, sekaligus memberikan penekanan supaya jelas terbaca.

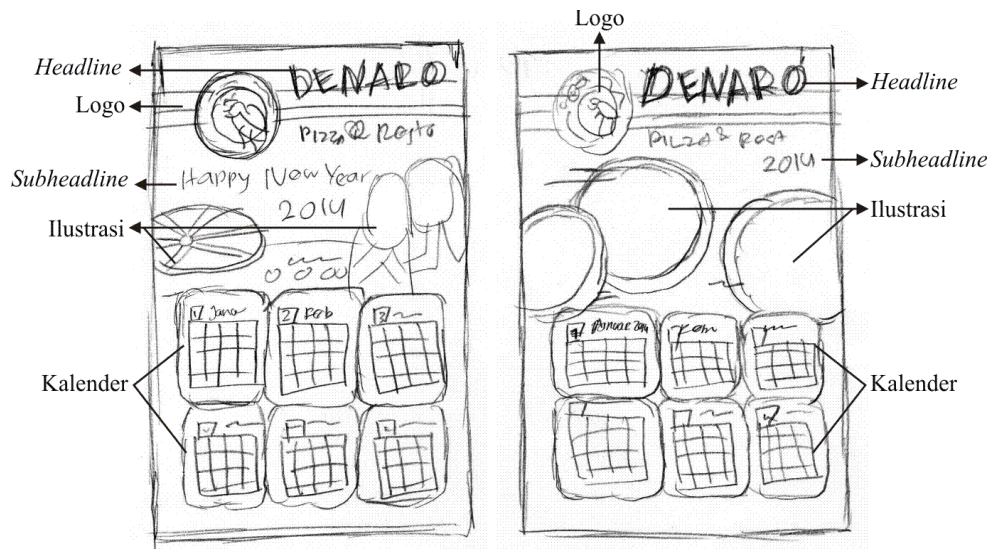
i. Kalender

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



Gambar 67: *Layout* Gagasan Ide Desain Kalender.
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*



Gambar 68 : *Layout Kasar Desain Kalender.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 69 : *Comprehensive Layout Desain Kalender.*
 Sumber : Ardiyan, 2013

4) Final Desain



Gambar 70 : Final Desain Kalender
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : Kalender
- (b) Ukuran : A3
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : Ivory 240
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza
 - *Subheadline* : *Happy New Year 2014*
 - *Body Copy* : Hari, tanggal, bulan, dan tahun
 - *Closing Word* : -

b) Visual/Illustrasi :

Halaman pertama menggunakan ilustrasi foto makanan pizza, remaja laki-laki dan perempuan sedang makan pizza. Halaman ke dua foto tempat Denaro Pizza dan Resto

c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0), Coklat tua (C: 35, M: 96, Y: 93, K: 56).

d) Tipografi :

Berlin San FB, Arial

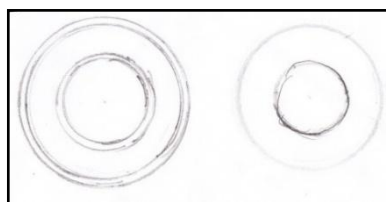
e) *Layout* :

Desain kalender menggunakan pola keseimbangan simetris diterapkan dan disesuaikan dengan format media, yaitu *portrait*. Proporsi ditekankan pada fokus utama yaitu pemilihan produk makanan pizza serta ilustrasi foto remaja laki-laki dan perempuan sedang makan pizza, agar terlihat harmonis elemen-elemen seperti gambar dan teks menggunakan warna yang hampir sama.

j. Merchandise

a. Stiker

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



Gambar 71 : *Layout* Gagasan Ide Desain *Stiker*.
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 72 : *Layout Kasar Desain Stiker.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 73 : *Comprehensive Layout Desain Stiker.*
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : *Stiker*
- (b) Ukuran : *7 cm x 7 cm*
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : *Vinil dan Graftek*

(e) Keterangan :

a) Verbal :

- *Headline* : -

- *Subheadline* : -

- *Body Copy* : -

- *Closingword* : -

b) Visual/Illustrasi :

Ilustrasi desain stiker hanya menggunakan logo Denaro Pizza

c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y:

100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0).

d) Tipografi :

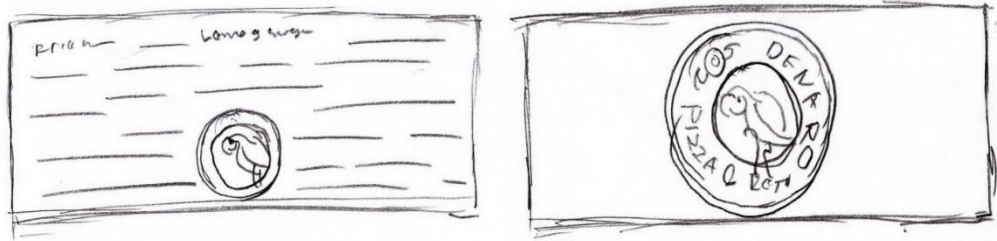
Arial

e) *Layout* :

Bentuk lingkaran pada desain stiker tersebut terdapat logo dari Denaro Pizza dan Resto. Logo dari Denari Pizza sebagai tanda pengenal yang tetap dari sebuah produk, yang dibuat secara singkat, sederhana dan komunikatif menggunakan huruf dan gambar

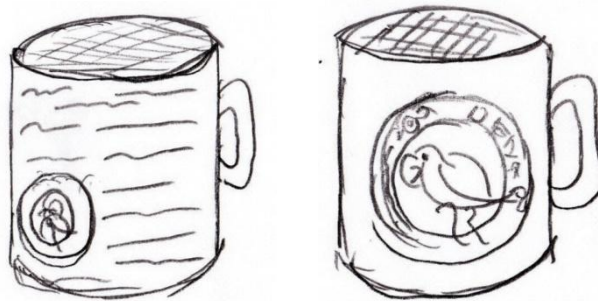
b. Mug

1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 74 : *Layout Gagasan Ide Desain Mug.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*



Gambar 75: *Layout Kasar Desain Mug.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*



Gambar 76 : *Comprehensive Layout Desain Mug.*
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : Mug
- (b) Ukuran : Medium
- (c) Format : *Portrait*
- (d) Bahan : *Printing on Ceramic*
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : -
 - *Subheadline* : -
 - *Body Copy* : Nama-nama menu makana Denaro Pizza
 - *Closingword* : -
- b) Visual/Illustrasi :

Menggunakan ilustrasi tipografi *times new roman* menu-menu makanan dari Denaro Pizza dan Resto

c) Warna:

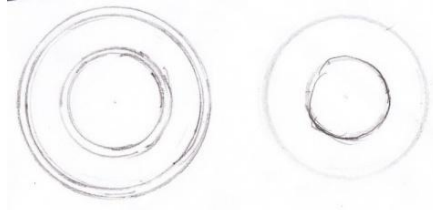
Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100).

d) Tipografi :

Times New Romans

e) *Layout* :

Penggunaan tipografi *times new roman* nama-nama menu makanan di Denaro Pizza pada media *mug* ini merupakan pengulangan. Pengulangan tersebut dapat membentuk sebuah irama, kemudian logo dari Denaro Pizza dengan ukuran besar terletak dibagian di tengah.

c. Pin1) *Layout Gagasan (Idea Layout)*

Gambar 77 : *Layout Gagasan Ide Desain Pin.*
Sumber: Ardiyan, 2013

2) *Layout Kasar (Rought Layout)*

Gambar 78 : *Layout Kasar Desain Pin.*
Sumber : Ardiyan, 2013

3) *Layout Lengkap (Comperhensive Layout)*

Gambar 79 : *Comprehensive Layout Desain Pin.*
Sumber : Ardiyan, 2013

- (a) Nama Media : Pin
- (b) Ukuran : 2 inches
- (c) Format : lingkaran
- (d) Bahan : Plastik
- (e) Keterangan :
- a) Verbal :
- *Headline* : Logo Denaro Pizza
 - *Subheadline* : Logo Denaro Pizza
 - *Body Copy* : Logo Denaro Pizza
 - *Closingword* : Logo Denaro Pizza
- b) Visual/Illustrasi :

Ilustrasi desain pin hanya menggunakan logo Denaro Pizza

- c) Warna :

Orang (C: 0, M: 60, Y: 100, K: 0), Hitam (C: 100, M: 100, Y: 100, K: 100), Putih (C: 0, M: 0 Y: 0, K: 0).

- d) Tipografi :

Arial

- e) *Layout* :

Bentuk lingkaran pada desain pin tersebut terdapat logo dari Denaro Pizza dan Resto. Logo dari Denari Pizza sebagai tanda pengenal yang tetap dari sebuah produk, yang dibuat secara singkat, sederhana dan komunikatif menggunakan huruf dan gambar

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta yang telah di buat maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Konsep perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta yang digunakan adalah menghadirkan/menampilkan produk makanan pizza, dan tempat dari Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta dalam bentuk gambar/foto kedalam media promosi. Target *audience* perancangan media promosi ini adalah kalangan remaja hingga dewasa di Yogyakarta.
2. Teknik perancangan desain menggunakan perangkat manual seperti pensil, *table tracing* dan *drawing pen*. Selain itu juga menggunakan perangkat komputer diantaranya *hardware* (perangkat keras) berupa komputer, *digital camera* dan *scanner*, serta *software* (perangkat lunak) berupa program grafis *Adobe Photoshop CS4*, *Corel Draw X4* dan *software Microsoft Word*. Proses *finishing* dilakukan dengan sistem *digital printing*.
3. Hasil dari perancangan media promosi berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang digunakan adalah poster dan spanduk, sedangkan media pendukung (*supporting media*) adalah *x-banner* dengan ukuran 160 x 60 cm, *uniform (all size)* dan *flayer*, *Acrylik Stand*, kartu nama, *sign system*, *box* kemasan, kalender, stiker, mug, dan pin yang diaplikasikan pada *prime media* (media utama) dan *supporting media*

(media pendukung). Komposisi desain dibuat *asimetris* agar terlihat menarik dan untuk menghilangkan kesan monoton.

B. Saran

Terkait dengan perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta, maka perlu memperhatikan hal-hal berikut :

- 1) Bagi mahasiswa Seni Rupa hendaknya Tugas Akhir Karya Seni dijadikan sarana untuk belajar merancang sebuah media kreatif yang akan divisualisasikan dengan konsep yang terencana dan sesuai dengan penerapan ilmu desain komunikasi visual, sehingga menjadi sebuah karya yang mempunyai kualitas sebagai hasil dari pembelajaran akademik.
- 2) Bagi pelaku usaha, yaitu Denaro Pizza dan Resto, diharapkan dapat memanfaatkan media-media promosi agar usaha promosi menjadi lebih maksimal, karena media promosi merupakan sarana berkomunikasi ke masyarakat, sehingga nantinya dapat meningkatkan *income* bagi badan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Echols, M John dan Hasan Shadily. 2005. *Kamus Inggris - Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hendratman, Hendi. 2008. *Tips dan Trix Computer Graphic Desain*. Bandung: Informatika.
- Jefkins, Frank, 1995. *Periklanan*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Klimchuk dan Sandra A. Krasovec. 2007. *Desain Kemason Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Philip Kotler dan Gery Amstrong. 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Costumer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tinarbuko, Sumbo. 2012 Cetakan Ke : V. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Data Hasil Wawancara

Sumber : Andreas Setiawan (Owner)

1. Siapa pendiri Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta?

- Pendiri dari rumah makan ini adalah saya sendiri, Bapak Andreas Setiawan.

2. Tahun berapa didirikannya Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta?

- Denaro Pizza dan Resto belum lama berdiri dan dibuka pada tanggal 24 September 2012.

3. Apa nama arti dari Denaro ?

- Nama Denaro sendiri berasal dari bahasa Italia, yang artinya koin atau mata uang.

4. Siapa sasaran pemasaran Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta?

- Sebenarnya adalah semua kalangan masyarakat, tetapi banyak dari pelanggan kami adalah anak muda dan keluarga.

5. Fasilitas apa saja yang terdapat di Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta?

- Denaro Pizza & Resto memiliki fasilitas unggulan seperti kapasitas pengunjung hingga 135 orang, wifi, parkir luas, akses listrik untuk bermain *gadget*, nyaman dan rasa makanan yang nikmat.

6. Apa konsep dalam interior dari Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ?

- Denaro Pizza and resto mempunyai konsep back to nature, jadi akan didapat suasana unik dan cozy ditempat ini.
- Denaro Resto memiliki desain ruang klasik modern, dan sebagian furniture dihiasi banyak kayu.

7. Apakah Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta memiliki cabang?

- Tidak

8. Berapa lantai yang dimiliki oleh Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta?

- Denaro Pizza dan Resto memiliki 3 lantai, ada yang buat santai dengan ruangan ber ac, atau sambil merokok dilantai 2, ataupun ingin dengan suasana balkon dilantai 3

9. Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta buka dari jam berapa sampai jam berapa?

- Mulai melayani dari jam 10 pagi sampai 10 malam

10. Program promosi apa yang dilakukan Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta ?

- Program promosi yang ditawarkan cukup menarik yaitu khusus hari jumat, mendapatkan diskon sampai dengan 30% untuk menu makanan, selain hari jumat tetap ada diskon 10% hanya khusus dilantai 1

11. Media promosi apa saja yang pernah dibuat Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta?

- *Leaflet, road sign*, dan memberikan voucher potongan pembelian di Denaro Pizza dan Resto selama masa promosi

12. Media apa yang ingin dimiliki oleh Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta?

- Tentunya semua media yang dapat menunjang produk kami lebih dikenal.

13. Berapa omzet yang diperoleh Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta setiap bulan?

- Jika sedang ramai pelanggan dapat mencapai Rp 10.000.000

Foto Dokumentasi

Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta



Lantai 1



Lantai 1



Lantai 2



Lantai 3



Hawaiian Chicken Pizza



Pizza Margherita



Pepperoni Pizza



Four season Pizza



1 Paket Hemat @55.000



1 Paket Hemat @55.000



1 Paket Hemat @55.000



1 Paket Hemat @55.000



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207
[http://www.fbs.uny.ac.id//](http://www.fbs.uny.ac.id/)

FRM/FBS/33-01
10 Jan 2011

Nomor : 0251c/UN.34.12/DT/III/2013
 Lampiran : -
 Hal : **Permohonan Izin Observasi**

7 Maret 2013

Kepada Yth.
 Manager Danaro Pizza & Resto
 Jl. Seturan Raya No. 28 Yogyakarta

Kami beritahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud akan mengadakan **Observasi** untuk memperoleh data awal guna menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS)/Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)/Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

Perancangan Media Promosi Danaro Pizza & Resto melalui Media Komunikasi Visual

Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : ARDIYAN INDRA SAPUTRA
 NIM : 09206241007
 Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
 Waktu Pelaksanaan : Maret 2013
 Lokasi Observasi : Danaro Pizza & Resto (Jl. Seturan Raya No. 28 Yogyakarta)

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

Atas izin dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

a.n Dekan
 Kasubbag Pendidikan FBS,

 Indun Pröbo Utami, S.E.
 NIP 19670704 199312 2 001

FOTO DOKUMENTASI UJIAN



PERANGKAT PAMERAN



Katalog



Katalog

<p align="center"><i>Pameran Tugas Akhir Karya Seni</i></p> <p>Nama Media : Poster 1 Format : Portrait Ukuran : 42 cm x 60 cm Bahan : Ivory 260 grm</p>	<p align="center"><i>Pameran Tugas Akhir Karya Seni</i></p> <p>Nama Media : Poster 1 Format : Portrait Ukuran : 42 cm x 60 cm Bahan : Ivory 260 grm</p>
<p align="center"><i>Pameran Tugas Akhir Karya Seni</i></p> <p>Nama Media : Spanduk Format : Landscape Ukuran : 3 m x 1 m Bahan : Flexsi 280 grm</p>	<p align="center"><i>Pameran Tugas Akhir Karya Seni</i></p> <p>Nama Media : X-Banner Format : Portrait Ukuran : 160 cm x 60 cm Bahan : Flexsi 280 grm</p>

Name Tag