

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI INDUSTRI KERAJINAN  
“BAYU ROTAN” WONOSARI GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA**

**TUGAS AKHIR KARYA SENI (TAKS)**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan



Oleh:  
**Awalia Rosdiana Afifah**  
NIM :12206244031

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2017**

## PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul Perancangan Media Promosi Industri  
Kerajinan “Bayu Rotan” Wonosari Gunungkidul Yogyakarta  
Telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 27 Maret 2017

Pembimbing,



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

## PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul Perancangan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” Wonosari Gunungkidul Yogyakarta Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 6 April 2017 dan dinyatakan lulus.

### DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Arsianti Latifah, S.Pd, M.Sn	Ketua Penguji		10 April 2017
Aran Handoko, M.Sn	Sekretaris Penguji		10 April 2017
Drs. R. Kuncoro, W.D,M.Sn	Penguji Utama		10 April 2017

Yogyakarta, 10 April 2017  
Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Dekan



Dr. Widyastuti Purbani, M. A.  
NIP.19610524 199001 2 00

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **Awalia Rosdiana Afifah**

NIM : 12206244031

Program Studi : Pendidikan Seni Rupa

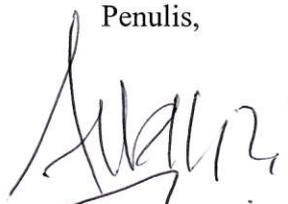
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa tugas akhir karya seni ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian 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, 10 April 2017

Penulis,



Awalia Rosdiana Afifah  
NIM 12206244031

## **MOTTO**

*“...remember Me, I’ll remember you...”*

(Al-Baqarah: 152)

“Keluarlah dari zona nyaman, maka kamu akan menemukan sebuah kesuksesan”

**(Awalia Rosdiana Afifah)**

## **PERSEMBAHAN**

Sembah sujud syukur kepada Allah SWT, Tugas Akhir Karya Seni ini dipersembahkan untuk:

Keluarga saya yang telah membesarkan saya, terutama Ibu dan Ayah saya terima kasih atas beribu-ribu kesabarannya.

Keluarga kecil saya, terutama suami saya yang telah membimbing dan senantiasa memotivasi dan anak saya Gretiara Ayu Aisha, yang selalu menjadi sumber semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semua yang terlibat dalam pengerjaan Tugas Akhir Karya Seni ini serta teman-teman terima kasih bantuan dan semangatnya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir karya seni, dengan judul Perancangan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” Wonosari Gunungkidul Yogyakarta.

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan dengan adanya bantuan serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Widyastuti Purbani, M. A., selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Seni.
3. Ibu Dwi Retno Sri Ambarwati, M. Sn., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa.
4. Ibu Arsianti Latifah, S.Pd., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan bimbingan dalam menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni ini.
5. Dilyan Eka Saputra, suami yang tiada henti membimbing dan memberi dorongan motivasi baik moral maupun materi.
6. Kedua Orang tua tercinta yang tiada henti memberikan doa dan dorongan motivasi yang besar.
7. Keluarga dan saudara-saudara tercinta yang telah memberikan doa dan semangat selalu.
8. Bapak Suparno selaku pemilik Industri Kerajinan “Bayu Rotan” yang telah memberikan kesempatan dan bantuan.
9. Teman-teman kelas B Pendidikan Seni Rupa angkatan 2012 yang selalu memberikan dorongan dan bantuan dalam penyelesaian Tugas Akhir Karya Seni ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah membantu terlaksananya Tugas Akhir Karya Seni ini.

Akhir kata, semoga laporan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 10 April 2017

Penulis,

Awalia Rosdiana Afifah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan.....	4
F. Manfaat.....	4
BAB II KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN.....	6
A. Kajian Teori.....	6
1. Industri Kerajinan Rotan.....	6
2. Industri Kerajinan Rotan Bayu.....	7
3. Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	11

4. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual .....	13
5. Prinsip-prinsip Penyusunan Desain .....	27
6. Tinjauan Media Promosi .....	29
7. Tinjauan <i>Branding</i> .....	36
8. Tinjauan Logo .....	37
9. Tinjauan <i>Gestalt</i> .....	41
B. Metode Perancangan .....	44
1. Bentuk Data.....	44
2. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3. Alat atau Instrumen .....	49
4. Konsep Perancangan .....	50
5. Rencana Aplikasi Media .....	50
6. Analisis Data .....	52
7. Perencanaan Media .....	56
8. Program Media.....	72
9. Skema Perancangan.....	76
 BAB III KONSEP PERANCANGAN DAN VISUALISASI KARYA .....	 77
A. Konsep Perancangan .....	77
1. Tujuan Perancangan .....	77
2. Pesan Verbal.....	78
3. Pesan Visual .....	79
B. Visualisasi Karya .....	89
1. Media Utama ( <i>Prime Media</i> ) .....	89
2. Media Pendukung ( <i>Supporting Media</i> ).....	98
 BAB IV PENUTUP .....	 136
DAFTAR PUSTAKA .....	138
LAMPIRAN .....	139

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1: Pelaksanaan Program Media Utama tahun 2017 .....	73
Tabel 2: Pelaksanaan Program Media Pendukung tahun 2017 .....	73
Tabel 3: Estimasi Biaya Media Utama (Prime Media) tahun 2017 .....	74
Tabel 4: Estimasi Biaya Media Pendukung (Supporting Media) tahun 2017.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: <i>Showroom</i> dan Tempat Produksi Bayu Rotan .....	9
Gambar 2: GarisPutus-putus, Zig-zag, Bergelombang dan Tidak Beraturan .....	13
Gambar 3: Bidang Geometris dan Non Geometris .....	15
Gambar 4: Warna Primer .....	16
Gambar 5: Warna Sekunder .....	16
Gambar 6: Warna Tersier .....	17
Gambar 7: Warna Netral .....	17
Gambar 8: Warna Panas dan Dingin .....	18
Gambar 9: <i>Value</i> .....	19
Gambar 10: Tembok yang Bertekstur (nyata) .....	20
Gambar 11: Keseimbangan Simetris .....	27
Gambar 12: Keseimbangan Asimetris .....	28
Gambar 13: Brosur .....	31
Gambar 14: <i>Billboard</i> .....	31
Gambar 15: Kop Surat .....	32
Gambar 16: Amplop .....	32
Gambar 17: Kartu Nama .....	33
Gambar 18: Seragam Karyawan .....	34
Gambar 19: <i>X-Banner</i> .....	34
Gambar 20: <i>Transit Ad</i> .....	35
Gambar 21: <i>Brand Identity</i> .....	37
Gambar 22: <i>Wordmark</i> .....	39

Gambar 23: <i>Alphabetical Logo</i> .....	40
Gambar 24: Abstrak Logo.....	40
Gambar 25: Logo-logo dalam bentuk benda yang konkret.....	41
Gambar 26: Set Kursi.....	47
Gambar 27: Vas Besar .....	47
Gambar 28: Lampu Gantung.....	47
Gambar 29: Kursi Makan.....	48
Gambar 30: Rak Pakaian.....	48
Gambar 31: Keranjang <i>Laundry</i> .....	48
Gambar 32: Proses Perancangan Logo .....	80
Gambar 33: Sketsa Kasar Logo.....	80
Gambar 34: Sketsa Terpilih .....	81
Gambar 35: Tipografi logo Bayu Rotan dengan jenis huruf <i>Futura Bk BT</i> .....	81
Gambar 36: Tipografi logo Bayu Rotan dengan jenis huruf <i>Century Gothic</i> .....	81
Gambar 37: Logo Bayu Rotan <i>Fullcolor</i> dan Kode Warna Logo.....	82
Gambar 38: Logo Bayu Rotan versi hitam putih .....	82
Gambar 39: Grid logo Bayu Rotan .....	83
Gambar 40: Perbesaran dan perkecilan logo.....	83
Gambar 41: Huruf <i>Futura Bk BT</i> .....	85
Gambar 42: Huruf <i>Century Gothic</i> .....	85
Gambar 43: Huruf <i>Arial</i> .....	86
Gambar 44: Warna Pokok dan Warna Pendukung .....	87
Gambar 45: Pola Abstrak .....	89
Gambar 46: <i>Rough layout</i> brosur bagian luar .....	89
Gambar 47: <i>Rough layout</i> brosur bagian dalam.....	90

Gambar 48: <i>Layout</i> lengkap brosur luar.....	90
Gambar 49: <i>Layout</i> lengkap brosur dalam.....	91
Gambar 50: Desain akhir brosur luar.....	91
Gambar 51: Desain akhir brosur dalam.....	92
Gambar 52: <i>Rough Layout Billboard</i> .....	95
Gambar 53: <i>Layout</i> lengkap <i>Billboard</i> .....	96
Gambar 54: Desainakhir <i>Billboard</i> .....	96
Gambar 55: <i>Rough layout</i> Kop surat.....	98
Gambar 56: <i>Layout</i> Lengkap Kop Surat.....	99
Gambar 57: Desain Akhir Kop Surat.....	99
Gambar 58: <i>Rough Layout</i> Amplop.....	101
Gambar 59: Desain <i>Layout</i> Lengkap Amplop.....	102
Gambar 60: Desain Akhir Amplop.....	102
Gambar 61: <i>Rough Layout</i> Kartu Nama.....	104
Gambar 62: Desain <i>Layout</i> Lengkap Kartu Nama.....	104
Gambar 63: Desain Akhir Kartu Nama.....	105
Gambar 64: <i>Rough Layout</i> Nota Pembayaran.....	107
Gambar 65: Desain <i>Layout</i> Lengkap Nota Pembayaran.....	107
Gambar 66: Desain Akhir Nota Pembayaran.....	108
Gambar 67: <i>Roug Layout</i> Label Harga.....	110
Gambar 68: Desain <i>Layout</i> Lengkap Label Harga.....	111
Gambar 69: Desain Akhir Label Harga.....	112
Gambar 70: <i>Rough Layout</i> Seragam Karyawan.....	115
Gambar 71: Desain <i>Layout</i> Lengkap Seragam Karyawan.....	115
Gambar 72: Desain Akhir Seragam Karyawan.....	116

Gambar 73: <i>Rough Layout</i> Poster .....	117
Gambar 74: <i>Comprehensive Layout</i> Poster.....	118
Gambar 75: Desain Akhir Poster .....	118
Gambar 76: <i>Rough Layout X-Banner</i> .....	120
Gambar 77: <i>Comprehensive Layout X-Banner</i> .....	120
Gambar 78: Desain Akhir <i>X-Banner</i> .....	121
Gambar 79: <i>Rough Layout Transit Ad</i> .....	123
Gambar 80: <i>Layout Lengkap Transit Ad</i> Tampak Depan dan Belakang .....	123
Gambar 81: <i>Layout Lengkap Transit Ad</i> Tampak Samping .....	124
Gambar 82: Desain Akhir <i>Transit Ad</i> .....	124
Gambar 83: <i>Rough Layout</i> Stiker.....	126
Gambar 84: <i>Comprehensive Layout</i> Stiker .....	127
Gambar 85: Desain Akhir Stiker.....	127
Gambar 86: <i>Rough Lyout</i> Gantungan Kunci 1 dan 2 .....	129
Gambar 87: <i>Comprehensive Layout</i> Gantungan Kunci 1 .....	129
Gambar 88: <i>Comprehensive Layout</i> Gantungan Kunci 2 .....	130
Gambar 89:Desain Akhi rGantungan Kunci 1 .....	130
Gambar 90: Desain Akhir Gantungan Kunci 2 .....	131
Gambar 91: <i>Rough Layout T-Shirt</i> .....	133
Gambar 92: <i>Comprehensive Layout T-Shirt</i> .....	133
Gambar 93: Desain Akhir <i>T-Shirt</i> .....	134

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Dokumentasi Observasi .....	139
Lampiran 2	: Sketsa Kasar Logo Industri Kerajinan Rotan Bayu.....	142
Lampiran 3	: Media Kelengkapan Pameran.....	143
Lampiran 4	: Dokumentasi Pameran.....	145
Lampiran 5	: Surat Permohonan Izin Observasi .....	147

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI INDUSTRI KERAJINAN  
“BAYU ROTAN” WONOSARI GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA**

Oleh: Awalia Rosdiana Afifah  
NIM: 12206244031

**ABSTRAK**

Perancangan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” ini bertujuan untuk merancang desain media promosi yang efektif, efisien dan komunikatif sehingga keberadaan industri dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, khususnya di daerah Gunungkidul, Yogyakarta.

Metode perancangan meliputi proses pengumpulan data verbal maupun data visual dengan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Selanjutnya data dianalisis menggunakan analisis data *9 P’s* yaitu *Product, People, Price, Programming, Promotion, Potitioning, Place, Partnership, dan Packaging*. Tahapan penciptaan media promosi dengan proses membuat *layout* kasar, *layout* komprehensif dan desain lengkap. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya diantaranya berupa perangkat manual misalnya pensil, *sketch book, drawing pen*, dan perangkat computer berupa perangkat keras (*hardware*) seperti komputer/laptop, *mouse, scanner* dan kamera digital. Sedangkan perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah *Adobe Photoshop, CorelDraw* dan *Microsoft Word*.

Hasil perancangan media promosi berupa konsep visual yang memadukan dua unsure yaitu alami dan modern. Kesan alami terdapat pada warna identitas yaitu warna kuning, coklat, dan hijau. Modern diperoleh dari gubahan daun rotan pada logo yang dibuat lebih sederhana namun tetap mengi kuti perkembangan zaman. Jenis media yang dibuat berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang dihasilkan yaitu logo Industri Kerajinan “Bayu Rotan” yang diaplikasikan pada media utama dan media pendukung, brosur dan *billboard*. Sedangkan media pendukung antara lain *stationery set* (kop surat, amplop, kartu nama, nota pembayaran, label harga), seragam karyawan, poster, *x-banner, transit ad*, stiker, gantungan kunci dan *t-shirt*.

Kata Kunci: Perancangan, Media Promosi, Industri Kerajinan Rotan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terletak sekitar 39 km sebelah tenggara Kota Yogyakarta. Gunungkidul menyimpan berbagai kearifan lokal yang mampu meningkatkan potensi perekonomiannya baik itu dibidang pariwisata maupun industri. Tersedianya sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif, membuktikan bahwa Kabupaten Gunungkidul memiliki potensi yang tinggi di bidang industri kerajinan. Meskipun keberadaannya belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tingginya laju ekonomi di kabupaten ini. Industri kerajinan yang tersebar diberbagai wilayah di Gunungkidul sangat bervariasi, seperti kerajinan Batik tulis, Batu Ornamen, Bambu, Akar Wangi, Perak, Cor Logam, Pande Besi, dan kerajinan Rotan.

Satu dari beberapa jenis industri yang ada di Gunungkidul yaitu Industri Kerajinan “Bayu Rotan”. Tidak banyak pengrajin rotan di kabupaten ini, hanya beberapa saja. Mereka sebagian adalah pendatang dari kota lain yang membuka cabang usaha di Gunungkidul. Bukan hanya sekedar membuka cabang usaha namun mampu mendatangkan investasi dan mendorong terciptanya lapangan usaha di kabupaten ini.

Industri Kerajinan “Bayu Rotan” merupakan industri rumahan yang menyediakan berbagai *furniture* berbahan baku rotan, yang pada awalnya hanya membuat barang jadi untuk diekspor, namun baru-baru ini karena banyaknya

kendala yang dialami akhirnya pemilik usaha memutuskan untuk menghentikan ekspor barang jadi dan memilih untuk memulai bisnis retail (menjual barang secara langsung) dengan pemasaran dalam negeri.

Persaingan produk yang semakin sengit menjadikan pemilik usaha harus giat menyusun strategi yang paling efektif untuk mempromosikan produknya, mengingat pada tahun-tahun sebelumnya laju produksi tergantung oleh para *buyer* yang akan mengekspor barangnya, saat ini pemilik usaha harus bekerja mandiri demi tetap berlangsungnya usaha yang dimiliki, seperti menciptakan sebuah *brand* yang kuat agar dapat bersaing dengan produk lainnya. Pemanfaatan penggunaan media promosi juga menjadi terobosan penting bagi para produsen usaha untuk mengenalkan usahanya agar dapat dilihat oleh khalayak umum.

Untuk menjaga kestabilan usahanya agar tetap berjalan perlu menerapkan beberapa strategi yaitu strategi produksi dan strategi pemasaran. Strategi produksi berkaitan dengan pembaharuan model dan desain serta menjaga kualitas produknya. Sedangkan strategi pemasaran mempunyai beberapa aspek salah satunya yaitu promosi dari produk. Salah satu cara yang efektif untuk berpromosi yaitu dengan melakukan iklan. Untuk memenuhi iklan yang efektif, pemilik usaha harus jeli dalam memilih jenis iklan yang cocok dengan karakter target pasar dari produk itu sendiri.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah antara lain sebagai berikut:

1. Kurangnya strategi guna meningkatkan penjualan produk Industri Kerajinan “Bayu Rotan”.
2. Industri Kerajinan “Bayu Rotan” belum menggunakan jenis iklan media promosi yang tepat dan spesifik.
3. Industri Kerajinan “Bayu Rotan” ingin memperkuat identitas perusahaan dengan menciptakan *Brand* yang efektif, efisien dan komunikatif.
4. Belum adanya *Branding* yang mampu menunjukkan identitas dari Industri Kerajinan “Bayu Rotan”.

## **C. Batasan Masalah**

Agar nantinya pembahasan tidak terlalu luas, maka permasalahan yang diangkat akan dibatasi hanya pada perancangan *Branding* yang akan diaplikasikan pada pembuatan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” mulai dari proses perancangan sampai dengan tahap akhir berupa karya dari konsep yang telah dibuat.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang sudah disebutkan di atas, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep perancangan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” yang efektif, efisien dan komunikatif?
2. Bagaimana bentuk visualisasi perancangan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” yang efektif, efisien dan komunikatif?

#### **E. Tujuan**

Tujuan dari penciptaan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat konsep penciptaan media promosi yang efektif, efisien, kreatif dan komunikatif.
2. Membuat perancangan Desain Komunikasi Visual yang menarik dan komunikatif melalui pembuatan *brand* yang diterapkan dalam sebuah media promosi.

#### **F. Manfaat**

Perancangan ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Mahasiswa
  - a. Mengembangkan ide dan kreatifitas dalam perancangan *branding* yang nantinya akan diaplikasikan sebagai media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan”.

- b. Menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah didapat di bangku perkuliahan.

2. Lembaga

- a. Universitas Negeri Yogyakarta

Memberikan sumbangan penulisan bagi Universitas Negeri Yogyakarta, serta memperluas khasanah ilmu terutama kajian tentang Desain Komunikasi Visual yang berhubungan dengan perancangan media promosi.

- b. Masyarakat

Memberi informasi kepada masyarakat tentang keberadaan Industri Kerajinan “Bayu Rotan” serta membantu memperluas pemasaran produk kerajinan.

- c. Industri Kerajinan “Bayu Rotan”

Memberikan keuntungan dengan adanya kerjasama berupa pembuatan desain yang akan digunakan oleh Industri Kerajinan “Bayu Rotan” guna mempromosikan produk kerajinan dan *furniture* kewilayah nasional maupun Internasional.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Industri Kerajinan Rotan**

Menurut Departmen Perindustrian: yang dimaksud dengan industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi menjadi barang jadi dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. (Pasal 1 (2), UU Perindustrian No.5 tahun 1984).

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia, kerajinan adalah suatu barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Keterampilan tersebut bertujuan untuk menciptakan suatu barang yang memiliki kualifikasi fungsional dan estetis. Kerajinan lebih mengacu pada pembuatan suatu barang secara manual. Oleh karena pembuatan masih menggunakan tangan manusia atau manual maka hasil dari sebuah kerajinan biasanya memiliki kualitas yang tinggi karena pembuatannya bisa diatur secara detail.

Rotan merupakan jenis tanaman yang merambat. Sebagian besar penggunaan rotan adalah untuk bahan baku pembuatan barang kerajinan dan *furniture*. Indonesia merupakan salah satu pemasok bahan baku rotan terbesar di dunia, sekitar 85% kebutuhan rotan dunia didatangkan dari hutan Indonesia, tanaman rotan akan tumbuh subur di hutan-hutan dengan iklim tropis yaitu negara-negara di kawasan Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia, Vietnam, Philipina, Thailand. Wilayah indonesia merupakan penghasil rotan terbesar yaitu terdapat di pulau Sumatra, Kalimantan, Sulawesi dan Papua. Rotan di Indonesia

sekitar 90% merupakan tanaman liar yang hidup di hutan sedangkan 10% merupakan tanaman budidaya.

Industri kerajinan rotan adalah sebuah kegiatan mengolah bahan baku rotan dari bahan mentah menjadi barang kerajinan dan *furniture* dengan menggunakan keterampilan manual yaitu tenaga manusia. Kerajinan rotan sudah ada sejak jaman dahulu hingga sekarang keberadaannya semakin dicari. Sebagian besar industri rotan di Indonesia proses pengerjaan setiap produknya masih menggunakan mesin manual atau tangan manusia, oleh karena itu produk yang terbuat dari rotan masih terjaga kualitasnya.

Di Indonesia terdapat industri kerajinan dengan berbahan baku rotan, mulai dari industri rumah tangga hingga industri bersekala besar. Khusus di pulau jawa sendiri terdapat beberapa titik sentra industri rotan seperti Yogyakarta, Cirebon, Jepara, Sukoharjo dan masih banyak lainnya.

Kerajinan rotan umumnya mempunyai karakteristik tersendiri dengan kerajinan lainnya. Tekstur rotan yang khas mempunyai nilai jual yang tinggi dibandingkan kerajinan dengan bahan selain rotan. Beberapa kerajinan terbuat dari 100% rotan namun ada pula kerajinan yang dikombinasikan dengan bahan lain seperti kayu, serat pandan, pelepah pisang dan eceng gondok.

## **2. Industri Kerajinan “Bayu Rotan”**

### **a. Sejarah Industri Kerajinan “Bayu Rotan”**

Industri kerajinan “Bayu Rotan” merupakan industri yang terletak di Desa Ledoksari, Kepek, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Menjadi satu-satunya industri kerajinan rotan di wilayahnya. Industri kerajinan “Bayu

Rotan” bukanlah industri yang lahir dan berkembang di desa ini, melainkan industri pendatang dari kabupaten lain yaitu Sukoharjo. Bapak Suparno sebagai pemilik sekaligus perintis merupakan keturunan asli Gunungkidul, dan memulai usahanya di kabupaten Sukoharjo, di tanah tempat ia dan istrinya tinggal saat itu. Industri kerajinan “Bayu Rotan” dirintis oleh bapak Suparno dan Istrinya pada tahun 1997. Awal melakukan produksi saat itu adalah hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar luar negeri. Sebagian besar produksi dipusatkan pada pembuatan *furniture* rotan seperti perabotan rumah tangga seperti sofa, meja, kursi, lemari, dan lainnya.

Dengan jumlah omzet perbulan yang menjanjikan yaitu hingga menembus angka ratusan juta, industri ini terus memproduksi barang *furniture*. Kemudahan sistem pemesanan dari para *buyer* membuat industri ini mampu memproduksi barang terus menerus, hingga akhirnya pada tahun 2012 industri ini menerima pergantian *buyer* dengan sistem yang berbeda. Banyaknya permasalahan dan kerugian yang dialami oleh industri karena sistem yang baru, membuat pemilik industri memutuskan untuk berhenti melakukan ekspor barang. Industri sempat vakum selama 3 tahun dan tidak melakukan produksi pada saat itu. Baru pada tahun 2015 industri memulai usaha kembali dan berpindah haluan dari yang tadinya memproduksi hanya berdasarkan pesanan menjadi bisnis retail dengan menjual barang secara langsung kepada konsumen.

Pak Suparno memilih jalan untuk berbisnis dengan penjualan langsung atau retail dengan pemasaran hingga produksi yang tidak terpaku

oleh orang lain. Memang terjadi penurunan omzet yaitu hanya menembus angka kurang lebih 30 juta perbulan, namun hal itu tidak menyurutkan semangat Pak Suparno untuk terus berinovasi dan giat melakukan promosi di pasar lokal.

Sejak memulainya kembali kegiatan produksi, Bapak Suparno yang merupakan keturunan asli Gunungkidul Yogyakarta melihat bahwa di daerah Gunungkidul masih jarang sekali dijumpai industri kerajinan rotan yang berkualitas ekspor. Dengan adanya peluang tersebut akhirnya Bapak Suparno dan keluarga memilih pindah ke Gunungkidul untuk memulai usaha kembali.

*Showroom* dan tempat produksi masih menjadi satu, yaitu di Jl. KH. Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Karena tingginya permintaan pasar lokal industri kerajinan “Bayu Rotan” juga masih tetap melakukan produksi di Sukoharjo, terlebih di Sukoharjo khususnya di desa Trangsan merupakan sentra industri rotan menjadikan mudahnya memenuhi kebutuhan bahan baku rotan.



Gambar 1: *Showroom* dan tempat produksi Bayu Rotan  
(Dokumentasi Pribadi)

b. Logo Bayu Rotan

Pemakaian logo Bayu Rotan bertujuan agar konsumen dapat mengingat keberadaan industri “Bayu Rotan”. Kata Bayu berasal dari nama anak pertama dari bapak Suparno yaitu Bayu Prasetyo. Diharapkan Bayu bisa mengembangkan dan melanjutkan usaha keluarganya saat Ia sudah siap. Aplikasi penggunaan huruf B dan R pada ilustrasi logo Bayu Rotan merupakan singkatan dari kata Bayu dan Rotan.

c. Aktivitas Industri

Pembuatan dilakukan dengan cara manual, yaitu menggunakan tangan sebagai alat menganyam. Sebelumnya kerangka yang terbuat dari kayu dan aluminium dibentuk sesuai benda yang akan dibuat. Jenis kayu yang digunakan sebagian besar menggunakan kayu jati (*Teak wood*) dan Mahoni (*Mahogany Wood*) selain teksturnya yang halus, kayu jati (*Teak wood*) dan mahoni merupakan jenis kayu yang solid dan tahan lama. Proses *finishing* dilakukan dengan menggunakan cat khusus pelapis rotan.

d. Produk yang Ditawarkan

Produk yang dibuat oleh industri merupakan berbagai *furniture* dan kerajinan berbahan baku rotan dan kayu, namun seiring perkembangan zaman industri juga melebarkan kreatifitasnya dengan menambahkan beberapa bahan lain seperti serat pandan (*sigress*), eceng gondok, pelepah pisang, dan rotan sintetis (*Synthetic Rattan*).

Berbagai kerajinan yang diproduksi merupakan anyaman yang berupa berbagai macam keranjang (*Basket*), mebel rotan, set kursi rotan, set kursi

makan, set kursi taman, sofa rotan, meja, almari, rak, nakas, ayunan bayi, dan masih banyak lainnya. Karena rotan bersifat fleksibel, segala jenis barang yang memungkinkan dibuat dari bahan baku rotan maka jadilah barang tersebut, lebih unik, antik, dan memiliki nilai tersendiri karena kerumitan pembuatannya.

e. Promosi Yang Pernah Dilakukan

Sejak berdirinya industri pada tahun 1997, pemilik usaha belum pernah melakukan promosi atau sejenisnya. Berawal dari permintaan *buyer* yang akan mengekspor produknya keluar negeri hingga tahun 2012 pun masih menggunakan sistem *buying*. Jadi produsen tidak perlu melakukan promosi karena nantinya para *buyer* telah menentukan barang apa saja yang akan diproduksi setiap bulannya. Namun kini karena industri memilih untuk berbisnis retail dengan menjual barang secara langsung kepada konsumen, kegiatan promosi nampaknya sangat diperlukan, agar semakin meningkatnya permintaan pasar lokal.

### **3. Tinjauan Desain Komunikasi Visual**

#### **1. Desain Komunikasi Visual**

Kata desain berasal dari bahasa Inggris “*design*” atau bahasa latin “*designare*” yang berarti merancang suatu gambar atau sketsa menggunakan unsur visual. Dewasa ini istilah desain grafis (*Graphic Design*) lebih sering disebut dengan Desain Komunikasi Visual (DKV) karena tujuan desain grafis saat ini yaitu menyampaikan pesan atau informasi kepada *audiens* dengan cara menata elemen-elemen visual seperti ilustrasi, tipografi, warna, garis, bentuk, tekstur dan

*value* yang memerlukan pedoman atau azas-azas desain ( *Design Principles*), antara lain yaitu kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), ritme (*rhythm*) dan proporsi (*proportion*).

Beberapa pengertian Desain Komunikasi Visual menurut para ahli yaitu: Menurut Supriyono (2010), Desain Komunikasi Visual dikategorikan sebagai *commercial art* karena merupakan paduan dari Seni Rupa (*Visual Art*) dan ketrampilan komunikasi untuk tujuan bisnis. Sedangkan pengertian Desain Komunikasi Visual menurut Kusrianto (2007), Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisi warna, serta *layout* (tata letaknya). Sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya.

Tujuan Desain Komunikasi Visual yaitu untuk mengkomunikasikan informasi tertentu kepada orang lain (audiens) dalam bentuk visual. Biasanya digunakan untuk kepentingan promosi, iklan, publikasi maupun layanan lainnya.

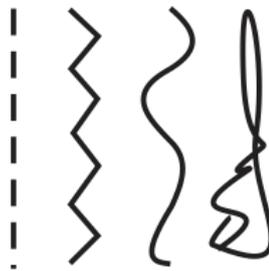
Perkembangan desain grafis dari tahun ke tahun mengalami kemajuan yang sangat pesat mulai dari era grafis manual hingga kini dipermudah dengan adanya era digital dimana seorang desainer dituntut untuk tidak hanya menguasai ilmu-ilmu desain saja namun pengetahuan dan keahlian dibidang teknologi juga diharuskan di era ini. Apalagi kini cakupan media promosi bukan hanya media cetak saja tetapi banyak media lainnya yang mendukung kegiatan menarik konsumen, seperti media elektronik dan iklan *online* di media sosial dan *website*.

#### 4. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Unsur atau elemen merupakan bagian dari suatu karya desain. Dimana keberadaannya saling berkorelasi antara satu dengan yang lainnya. Agar menjadi sebuah karya visual yang menarik, unsur tersebut harus disusun menjadi karya desain yang selaras, serasi dan seimbang. Unsur-unsur tersebut akan dikelola berdasarkan azas atau prinsip desain sehingga terlihat harmonis, menarik dan komunikatif. Adapun elemen atau unsur desain tersebut adalah:

##### a. Garis

Garis merupakan unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek. Ciri khas garis adalah tidak memiliki kedalaman (*depth*) namun memiliki arah, dimensi memanjang dan ketebalan. Perlu dipahami kembali bahwa walaupun goresan sebuah garis memiliki lebar namun tetap saja garis dianggap hanya memiliki dimensi panjang saja tanpa memiliki dimensi lebar. Garis memiliki sifat-sifat, seperti pendek, panjang, vertikal, horizontal, lurus (*straight*), lengkung (*curve*), berombak, putus-putus, zig-zag, bertekstur dan sebagainya.



Gambar 2. **Garis Putus-putus, Zig-zag, Bergelombang dan Tidak Beraturan**

(Sumber :Dokumentasi Pribadi)

Penggunaan garis dalam desain komunikasi visual berbeda dengan fungsi garis pada gambar teknik atau gambar kerja. Desain komunikasi visual tidak terikat pada aturan dalam pemakaian garis, namun pemakaian garis dalam desain sebaiknya memiliki konsep dan tujuan. Tujuan penggunaan garis salah satunya ialah dapat mengungkapkan suasana, hal itu terjadi karena adanya proses stimulasi dari bentuk-bentuk sederhana yang sering terlihat disekitar kita. Garis Lurus mengesankan kekuatan dan arah, sedangkan garis lengkung mengesankan keanggunan dan gerakan.

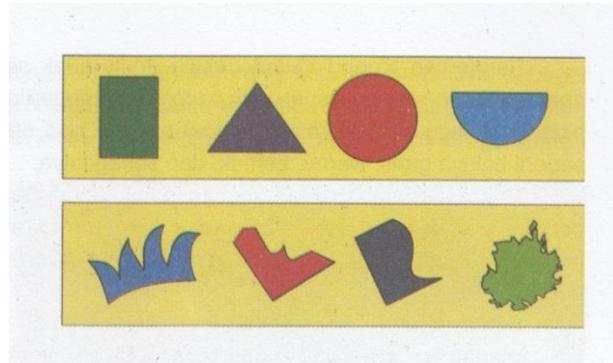
#### b. Bidang

Bidang atau dalam bahasa Inggris disebut *Shape* dapat diartikan sebagai area. Bidang dapat terbentuk dari dua atau lebih garis yang ujungnya saling bertemu. Ciri lain dari sebuah bidang ialah memiliki diameter tinggi dan lebar. Bidang berdasarkan bentuknya dibedakan menjadi dua yaitu, geometris dan non-geometris.

Bidang geometris merupakan bidang yang memiliki bentuk yang teratur atau dapat dikatakan sempurna. Seperti segitiga, lingkaran, persegi dan bidang lain yang terbentuk dari bidang tersebut.

Bidang non-geometris merupakan bidang yang memiliki bentuk tak teratur, bidang ini biasanya terbentuk dari garis yang acak dan ujungnya saling bertemu. Hal tersebut menyebabkan bidang yang dihasilkan tak dapat disebutkan nama bidang tersebut, sehingga disebut bidang non-geometris. Sebuah logo yang dibentuk menggunakan bidang geometris seperti lingkaran, persegi dan segitiga

akan lebih mudah diingat dan mudah dihubungkan dengan nilai positif suatu *brand*.



Gambar 3. **Bidang Geometris dan Non Geometris**  
(Sumber : Supriyono, 2010:67)

### c. Warna

Salah satu unsur visual yang paling menonjol dan menarik perhatian adalah warna. Adanya warna pada suatu objek menjadikan benda tersebut dapat dilihat, bahkan dengan warna seseorang dapat mengungkapkan suasana hati dan watak suatu benda.

Penggunaan warna tidak serta merta mengundang ketertarikan pada yang melihatnya, penggunaan warna hendaknya disusun secara hati-hati, karena bisa jadi karena kesalahan dalam memilih warna seseorang dapat kehilangan gairah bacanya.

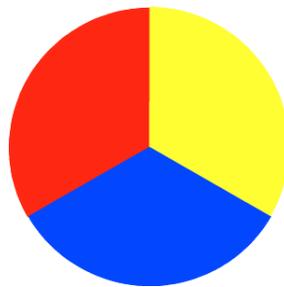
#### 1) Klasifikasi Warna

Teori Brewster menjelaskan bahwa dengan begitu banyaknya warna yang ada di alam, ia meringkas menjadi 4 kelompok sederhana yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier, dan netral. Teori ini mulai berkembang pada tahun 1831 oleh Sir David Brewster seorang fisikawan asal Skotlandia. Teori Brewster

merupakan teori yang paling sederhana namun dapat menjelaskan semuanya secara sistematis, bahkan mampu menjelaskan relasi antar warna seperti warna analog, warna kromatik dan warna komplementer. Berikut diagram pengelompokan warna menurut Brewster:

a) **Warna Primer**

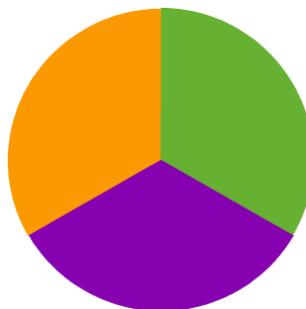
Merupakan warna dasar yang tidak memiliki campuran dari warna-warna lain. Warna dasar tersebut yaitu Merah, Kuning dan Biru.



**Gambar 4. Warna Primer**  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

b) **Warna Sekunder**

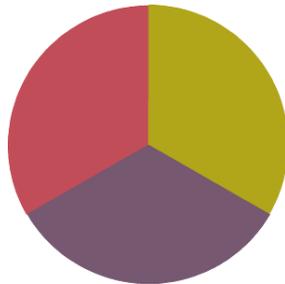
Merupakan campuran dari warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya, jingga adalah campuran antara warna merah dan kuning, hijau campuran antara biru dan kuning dan ungu adalah campuran antara merah dan biru, semuanya menggunakan perbandingan 1:1.



**Gambar 5. Warna Sekunder**  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

c) **Warna Tersier**

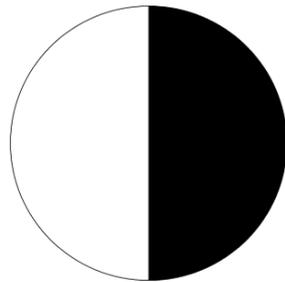
Merupakan campuran antara salah satu warna primer dan warna sekunder.



**Gambar 6. Warna Tersier**  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

d) **Warna Netral**

Warna netral merupakan campuran dari komponen ketiga warna tersebut namun dalam komposisi yang tidak tepat sama. Warna netral juga digunakan sebagai warna penyeimbang.



**Gambar 7. Warna Netral**  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

2) **Jenis Warna**

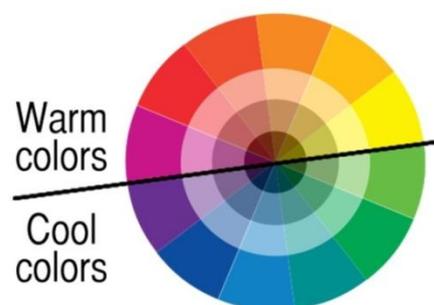
Didalam desain grafis standar warna biasanya dibagi menjadi dua macam yaitu *Additive color/RGB* dan *Subtractive color/CMYK*. *Additive color/RGB*

yaitu warna yang ditimbulkan oleh sinar terdiri dari tiga jenis warna *Red*, *Green* and *Blue* biasanya digunakan pada warna lampu, monitor, TV dan sebagainya, jika ketiga warna tersebut disatukan dengan perbandingan yang sama kita akan mendapati warna putih yang sempurna. *Subtractive color*/CMYK yaitu (Cyan, Magenta, Yellow dan Black) adalah warna yang dihasilkan dari unsur-unsur tinta atau cat. Warna tersebut merupakan standar pemakaian dalam percetakan, jika keempat warna tersebut disatukan dengan perbandingan yang sama akan membentuk warna hitam yang pekat.

Menurut Purnomo (2004: 28) Teori “*The Prang System*” juga membagi warna menjadi tiga dimensi, yaitu:

a) *Hue*

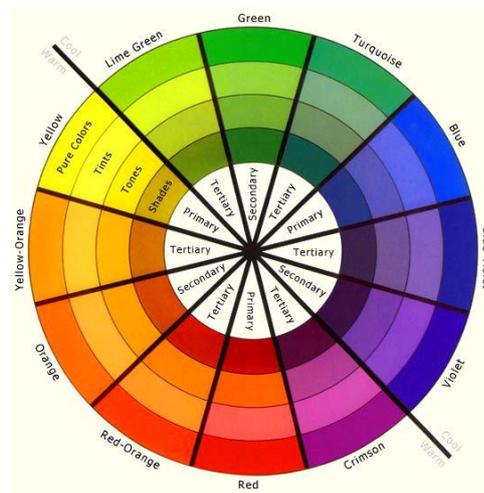
Panas-dinginnya warna. Istilah ini digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna seperti merah, biru, hijau, kuning dan sebagainya. Hue dikatakan berkaitan dengan warna panas (Merah, orange, kuning) dan warna dingin (Biru, Hijau, Violet) karena pengaruhnya memberi sugesti kepada yang menikmati seperti kesan gembira, teduh, tenang, sedih, malas dan sebagainya.



Gambar 8. **Warna Panas dan Dingin**  
(Sumber: <http://www.kabarpelajar.com>)

b) *Value*

Gelap-terangnya warna. Terdapat banyak tingkatan warna dari terang ke gelap, mulai dari putih hingga hitam. Semua warna dapat dikurangi atau diperlemah kekuatannya dengan cara diterangkan (*tint*) atau digelapkan (*shade*). *Value* yang berada di pertengahan disebut *middle value* dan yang berada di atas *middle value* disebut *high value*, sedang yang berada dibawahnya disebut *low value*.



Gambar 9. **Value**  
(Sumber: <http://www.pinterest.com>)

c) *Intensity*

Disebut juga dengan *Chroma*, yaitu 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 murni ini disebut *pure hue*.

d. *Tekstur*

Tekstur atau barik merupakan nilai raba yang menunjukkan kualitas permukaan suatu objek. Dalam dunia desain komunikasi visual tekstur terbagi

menjadi dua jenis, yaitu tekstur nyata dan tekstur semu (visual). Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Sedangkan, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan. Tekstur sering digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras.



**Gambar 10. Tembok yang Bertekstur (nyata)**  
(Sumber : Supriyono, 2010:67)

e. Tipografi

Seorang desainer perlu mempelajari ruang lingkup huruf dan tipografi. Sekilas keduanya memang sudah tidak asing lagi bagi kita, namun antara huruf dan tipografi merupakan dua hal yang berbeda huruf dalam bahasa Inggris disebut *type* yaitu bentuk dari abjad A sampai Z. Sedangkan Tipografi (*Typography*), dalam dunia desain grafis merupakan suatu disiplin ilmu tersendiri, yaitu sebagai suatu proses seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf sebagai bahan publikasi menggunakan huruf cetak.

Dewasa ini tipografi lebih mengarah pada disiplin ilmu yang mempelajari spesifikasi dan karakteristik huruf, bagaimana memilih dan mengelola huruf hingga menjadi susunan yang dapat mewakili sebuah kesan visual yang menarik.

Tipografi sangat penting peranannya dalam segala hal yang berkaitan dengan penyampaian pesan menggunakan bahasa non verbal. Oleh karena itu seorang desainer harus mampu mengenali bentuk tipografi guna mengetahui karakteristik atau sifat suatu huruf sehingga tepat dalam pengaplikasiannya. Misal tingkat keterbacaannya (*readable*), kemudahan ketika dibaca (*legibility*), ukuran, bentuk dan gaya.

Menurut Supriyono (2010: 25-30), cara mengenali huruf antara lain dapat dilihat dari periode pembuatannya dan berdasarkan sejarah perkembangannya, huruf dapat digolongkan menjadi tujuh gaya atau *style*, antarlain:

1) Huruf Klasik (*Classical Typeface*)

Huruf ini memiliki kait (serif) dengan ketebalan/tipis yang kontras. Sering disebut dengan *Old Style Roman*, diciptakan pada awal teknologi cetak (1671) di Inggris, Italia, dan Belanda. Huruf *Old Style* paling banyak digunakan untuk teks karena tingkat keterbacaannya (*readable*) yang tinggi. Contoh jenis huruf ini yaitu *Garamond*.

2) Huruf Transisi (*Transitional*)

Huruf ini mengalami ketenaran pada tahun 1757. Memiliki karakteristik yang hampir sama dengan *Old Style Roman*, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dengan garis vertikalnya yang tebal. *Font* yang termasuk huruf

transisi adalah *Baskerville* dan *Century*. Huruf transisi sering dipakai untuk judul (*display*).

### 3) Huruf *Modern Roman*

Mulai digunakan sejak tahun 1788. Huruf ini mempunyai tebal huruf yang kontras. Bagian yang vertikal tebal, garis-garis horizontal dan serifnya tipis sehingga untuk teks yang berukuran kecil, sulit dibaca dan bahkan sering tidak dibaca.

### 4) Huruf *Sans Serif*

Diciptakan pada tahun 1800. Huruf *sans serif* (Tidak berkait) adalah bentuk huruf yang tidak berkait tetapi bertangkai tebal dan sederhana. Tipe huruf ini memiliki tingkat keterbacaan (*readable*) yang tinggi. Sering digunakan untuk buku dan majalah karena memiliki citra dinamis dan simpel. Dikenal juga dengan istilah *grotesque* karena pada awal kemunculannya dianggap aneh dan unik. Contoh huruf *Sans Serif* adalah: *Franklin Gothic*, *Azident Grotesk*, dan *Gill Sans* dll.

### 5) Huruf Berkait Balok (*Egyptian Slab Serif*)

Huruf *Egyptian* memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan tubuh huruf sehingga terkesan elegan, jantan, dan kaku. Berkembang pada tahun 1895. Contohnya antara lain: *Boton*, *Aachen*, *Calvert*, *Lulabin Graph*, *Memphis*, *Rockwell*, *Serifa*, *Clarendon*, *Stymie*, dll.

### 6) Huruf Tulis (*Script*)

Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*), memiliki kontras antara tebal tipisnya sangat sedikit, hal ini yang menyebabkan

huruf tipe *script* sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks yang panjang. Walaupun demikian, cocok untuk teks pendek yang mengesankan keakraban, kehangatan, dan jiwa social.

7) Huruf Hiasan (*Decorative*)

Huruf dekoratif bukan merupakan teks sehingga kurang tepat untuk teks panjang. Lebih cocok dipakai untuk satu kata atau judul yang pendek.

f. Ilustrasi

Menurut Susanto (2011), ilustrasi merupakan seni gambar yang dimanfaatkan untuk member penjelasan suatu maksud atau tujuan secara *visual*. Dengan adanya ilustrasi maka pesan yang akan disampaikan akan lebih berkesan karena pembaca lebih mudah mengingat gambar daripada tulisan. Adanya ilustrasi bukan hanya dapat memberikan arti dan symbol tertentu terkadang ilustrasi dibuat hanya untuk tujuan artistik semata, seperti mengisi ruang-ruang kosong dalam majalah, Koran, tabloid dan karya desain lainnya.

Ilustrasi merupakan bagian dari desain komunikasi visual yang dimanfaatkan sebagai "*focal point*" atau penarik pandang. Kriteria ilustrasi yang berhasil dalam suatu media adalah komunikatif, informatif dan mudah dipahami. Jika ilustrasi berupa foto atau gambar, harus mempunyai kualitas yang memadai, baik dari aspek seni maupun teknik pengerjaan.

g. Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau dalam dunia periklanan sering disebut *layout* merupakan sebuah rancangan, secara fisik merupakan sket kasar untuk mengorganisir unsur-unsur komunikasi grafis agar menjadi sebuah susunan yang menyenangkan, enak

dilihat, dan memiliki nilai estetis yang tinggi. Adapun fungsi layout itu sendiri adalah untuk mencapai keharmonisan, nilai estetis, ekonomis, dan komunikatif suatu media promosi.

Dalam sebuah layout kita menemukan tidak hanya satu elemen, berbagai macam elemen terorganisir menjadi satu kesatuan didalamnya, hal tersebut dapat terjadi bukan lain karena adanya tujuan tertentu, yaitu yang pertama adalah agar dapat menyampaikan informasi dengan tepat, kedua terciptanya kenyamanan dalam membaca termasuk saat mencari informasi yang dibutuhkan, navigasi dan estetika. Elemen yang terdapat didalam sebuah layout secara garis besar terbagi menjadi tiga bagian yaitu elemen teks mencakup: judul;bodytext;sub judul;caption;callouts;spasi;header and footer; nomor halaman , elemen visual mencakup:foto;art works;infographics;garis;kotak;inzet;poin dan *invisible element* mencakup: Margin dan Grid.

Menurut Surianto Rustan (2009:10), Terdapat beberapa proses penting dalam pembuatan sebuah layout yaitu:

#### 1) Konsep Desain

Sebelum mendesain layout yang baik harusnya menentukan terlebih dahulu apa tujuan desain tersebut dan siapa target *audience*-nya penentuan target *audience* bisa menggunakan beberapa kriteria seperti jenis kelamin, umur, pekerjaan dll, apa pesan yang ingin disampaikan, bagaimana cara menyampaikannya dan dimana desain tersebut akan sering dilihat oleh target *audience*. Semua itu membutuhkan strategi yang efektif dan matang secara konseptual.

## 2) Media dan Spesifikasinya

Setelah konsep itu didapat maka tentukan kembali media dan spesifikasi apa saja yang akan digunakan, misalnya brosur, flyer, spanduk dll. Kemudian tentukan pula bahan seperti kertas atau kain, ukuran media, posisi dan waktu penempetan media nantinya.

## 3) *Thumbnails* dan *Dummy*

Berdasarkan spesifikasi media yang telah dipilih, dilanjutkan dengan pembuatan *thumbnails* atau sketsa *layout* dalam bentuk mini tujuannya adalah untuk memperkirakan letak elemen *layout*, termasuk urutan dan pengaturan halaman. Sedangkan *Dummy* adalah alat sederhana dan murah yang digunakan untuk mengantisipasi kesalahan cetak, berupa contoh jadi suatu desain. Dibuat persis seperti buku/media lainnya tanpa isi tulisan didalamnya. Dari situ akan terlihat bagaimana bentuk desain nantinya, apakah perlu disesuaikan lagi urutan isi dan halamannya atau tidak.

## 4) *Desktop Publishing*

Setelah tahapan diatas telah dilakukan, maka barulah kita mengerjakannya menggunakan *software* di computer. Program *desktop publishing* yang biasa digunakan yaitu *InDesign*, *PageMaker*, *Photoshop*, *Freehand*, *Illustrator*, *CorelDraw*, dll. Dari beberapa contoh software diatas semuanya mempunyai keahlian masing-masing, seperti *photoshop* yang ideal untuk mengedit image berbasis bitmap, sedangkan untuk image berbasis vector biasanya menggunakan *CorelDraw*.

## 5) Percetakan

Pada tahap ini kita harus bisa menentukan teknik cetak apa yang cocok untuk mencetak apakah menggunakan teknik *offset*, cetak tinggi, *rotogravure*, sablon atau digital. Untuk mendapatkan hasil desain yang optimal haruslah terjalin komunikasi yang baik antara desainer dan percetakan.

### h. Fotografi

Menurut Rustan (2009) kekuatan terbesar dari fotografi pada media periklanan khususnya adalah kredibilitasnya atau kemampuannya untuk memberi kesan sebagai “dapat dipercaya”. Dengan membubuhkan sebuah foto pada media promosi akan memberikan gambaran yang jelas atas suatu produk yang ditawarkan.

Manfaat Fotografi dalam pembuatan media promosi adalah:

- 1) Lebih meningkatkan daya tarik audiens
- 2) Membangkitkan hasrat dan emosi dari audiens
- 3) Mampu merekam peristiwa yang aktual
- 4) Dapat membentuk sebuah citra atau kesan didalamnya

Hal yang perlu diperhatikan saat menggunakan foto dalam pembuatan media promosi adalah harus mempertimbangkan detail dari hasil yang diambil, karena jika foto yang diambil memiliki kualitas yang buruk maka foto tersebut tidak dapat menyampaikan pesan dengan baik.

Pengaturan warna dalam fotografi juga penting, karena menurut penelitian orang cenderung lebih tertarik dengan foto yang berwarna dibanding dengan foto hitam putih.

## 5. Prinsip-prinsip Penyusunan Desain

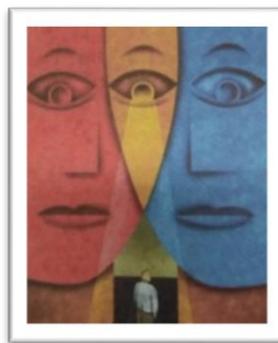
Prinsip desain menurut Supriyono (2010) terdapat empat prinsip yaitu:

### a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan atau *balance* akan tercapai apabila suatu objek di bagian kanan dan kiri sama berat, baik secara visual maupun kasat mata. Terdapat dua pendekatan untuk menciptakan sebuah *balance*, antara lain:

#### 1) Keseimbangan formal (*formal balance*)

Keseimbangan formal dapat dicapai dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris, oleh karena itu ada beberapa ahli yang menyebut keseimbangan jenis ini dengan istilah keseimbangan simetris. Desain dengan jenis simetris akan lebih mudah ditangkap oleh mata dan terkesan lebih formal (simetris).



Gambar 11. **Keseimbangan Simetris**  
(Sumber : Kusrianto, 2007:38)

#### 2) Keseimbangan Asimetris (*informal balance*)

Dimana penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri-kanan maupun atas-bawah. Walaupun elemen penyusunnya tidak sama antar sisi-sisinya namun tetap terlihat seimbang. Keseimbangan asimetris tampak lebih dinamis, variatif dan tidak formal.



Gambar 12. **Keseimbangan Asimetris**  
(Sumber : Kusrianto, 2007:39)

b. Tekanan (*emphasis*)

Tekanan atau *emphasis* memiliki peran sangat penting di dalam sebuah desain. Informasi atau pesan yang dianggap penting untuk disampaikan kepada *audience* harus ditonjolkan melalui elemen visual yang kuat. Penekanan atau penonjolan dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti menggunakan warna yang mencolok, ilustrasi atau font dibuat paling besar, dan dibuat berbeda dengan elemen-elemen yang lain.

c. Irama (*rhythm*)

Irama merupakan pola penyusunan elemen-elemen dalam *layout* secara berulang-ulang. Dalam sebuah desain irama dapat berupa repetisi dan variasi. Adapun repetisi itu adalah sebuah irama yang tersusun berulang-ulang secara

konsisten, sedangkan variasi adalah pengulangan elemen visual yang disertai perubahan bentuk, ukuran dan proporsi.

Perulangan elemen visual dengan jarak dan bentuk yang sama dapat menciptakan kesan yang kalem dan statis. Namun dengan adanya variasi ukuran, jarak, dan posisi elemen visual dapat menjadikan suasana menjadi riang, dinamis dan tidak monoton. Oleh karena itu perlu berhati-hati jika akan melakukan suatu repetisi, karena sifatnya yang kalem dan statis, ditambah lagi dengan perulangan yang dilakukan secara terus menerus, menjadikan desain terasa monoton dan membosankan.

d. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan atau *unity* disebut juga keselarasan. Merupakan kunci berhasilnya sebuah desain komunikasi visual. Kesatuan merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada kesatuan unsur-unsur sehingga tampak harmonis, unsur tersebut seperti tipografi, ilustrasi, warna, bentuk, dan lain sebagainya. Sebuah desain pasti memiliki kesatuan atau keselarasan, misal sebuah poster dengan unsur garis sebagai dominannya dimana garis tersebut memiliki warna dan memuat informasi berupa tulisan, hubungan tersebut dinamakan kesatuan.

## **6. Tinjauan Media Promosi**

Media promosi tidak lepas dari peranan Desain Komunikasi Visual yang jika dijabarkan perkata saling berkaitan yaitu Desain, Komunikasi dan Visual. Dari ketiga makna tersebut, kata komunikasilah yang menjadi tujuan pokoknya. Komunikasi penting dalam kehidupan, manusia tidak dapat melangsungkan kehidupan tanpa adanya komunikasi.

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Berbagai macam media promosi yang berkembang hingga saat ini, dari media promosi yang konvensional sampai yang modern. Media promosi yang konvensional dan yang paling tua yaitu komunikasi dari mulut ke mulut, promosi ini banyak digunakan pada zaman dahulu karena belum didukung oleh teknologi yang maju seperti saat ini. Namun seiring dengan kemajuan teknologi saat ini media promosi sangat berbagai macam bentuk, ukuran, variasi hingga yang multifungsi.

Sebuah promosi tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak didukung oleh media yang kuat untuk mempromosikan suatu produk atau perusahaan. Karena untuk memperkenalkan suatu produk maupun perusahaan kepada masyarakat luas dibutuhkan suatu media promosi yang menarik dan efektif yang dapat menarik masyarakat untuk memakai ataupun membeli produk tersebut. Ada berbagai macam media promosi dalam dunia periklanan ini, dari yang konvensional yaitu media yang sering ditemui hingga yang unik dan tidak terbayangkan bentuknya. Bentuk media promosi ini akan terus berkembang sesuai berkembangnya kreativitas manusia. Rustan (2009: 92) menjabarkan beberapa macam media promosi menurut tujuan penggunaannya, namun media yang disebutkan berikut hanya jenis media yang akan dipakai oleh penulis :

a. Brosur

Media ini mirip dengan *flyer* namun brosur memiliki halaman, brosur didesain untuk menerangkan informasi suatu produk secara detail.

Penyebaran brosur dapat lebih terarah dan dapat didesain semenarik mungkin.



Gambar 13. **Brosur**  
(Sumber: <http://www.pinterest.com>)

b. *Billboard*

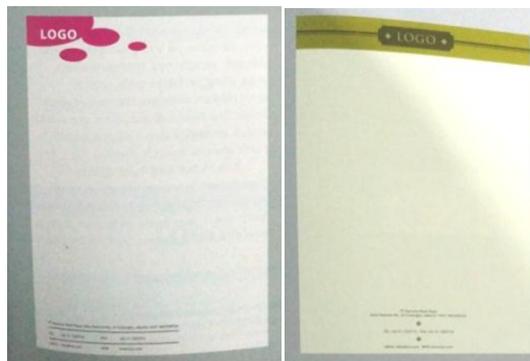
*Billboard* adalah bentuk promosi *outdoor* (*Outdoor Advertising*) yang paling banyak digunakan. Dengan ukurannya yang besar *billboard* dapat menyita perhatian khalayak sasaran dan dapat memberikan informasi yang sangat jelas misalnya tentang keberadaan lokasi industri dan jenis industri apa yang digeluti. Dengan mencantumkan simbol tanda panah dan kisaran jarak yang harus ditempuh pengunjung tidak perlu lagi bertanya tentang lokasi industri.



Gambar 14: **Billboard**  
(Sumber: <http://www.exodusadvertising.com>)

c. Kop Surat

Kop surat digunakan untuk mengirim atau melakukan korespondensi secara resmi, artinya bahwa surat apapun yang tertulis di atasnya berarti mengatasnamakan perusahaan. Kop surat didesain berdasarkan *linemark* dari *corporate branding* sehingga dapat menunjukkan citra perusahaan.



Gambar 15. **Kop Surat**  
( Sumber: Rustan, 2009:94)

d. Amplop

Amplop digunakan sebagai wadah/bungkus dari kop surat, sehingga penerima surat mengetahui siapa pengirim surat tersebut hanya dengan melihat amplopnya.



Gambar 16: **Amplop**  
( Sumber: Rustan, 2009:96)

e. Kartu Nama

Kartu nama merupakan sebuah sarana promosi paling efisien dalam hal produksi, walaupun ukurannya relatif kecil namun dalam kartu nama berisikan identitas perusahaan berupa nomor telepon, alamat email dan alamat industri “Bayu Rotan” yang memungkinkan untuk dihubungi oleh calon pembeli.



Gambar 17. **Kartu Nama**  
(Sumber: <http://pinterest.com>)

f. Nota Pembayaran

Nota Pembayaran akan digunakan sebagai catatan produk yang dibeli oleh konsumen lengkap dengan detail jumlah dan harganya, sehingga memudahkan penjual dalam mendata produk yang telah terjual.

g. Label Harga

Label merupakan elemen penting yang harus dimiliki oleh suatu produk. Dengan label produk dapat diketahui keasliannya, konsumen dapat memperoleh produk sesuai yang diinginkan karena dalam label telah tertera identitas secara detail mengenai produk tersebut.

h. Seragam Karyawan

Karyawan merupakan bagian yang penting pada sebuah perusahaan, karyawan bertugas untuk bertemu dengan konsumen secara langsung,

dengan adanya seragam dapat memberikan identitas tersendiri bagi para karyawan industri “Bayu Rotan” pada saat bertemu langsung dengan konsumen.



Gambar 18: Seragam Karyawan  
(Sumber: <http://google.com>)

i. *X-Banner*

*X-Banner* merupakan media promosi dengan biaya cetak yang efisien, hal itu dikarenakan bentuknya yang kecil yaitu dengan ukuran standar 60 cm x 160 cm saja. Dengan ukurannya yang relatif kecil, *x-banner* mampu memuat informasi dengan lengkap dan praktis karena mudah dirangkai.



Gambar 19: *X-Banner*  
(Sumber: <http://google.com>)

j. Poster

Poster merupakan media promosi yang dapat ditempelkan pada *indoor* dan *outdoor* dan dapat ditemukan kapan saja dan dimana saja. Biasanya berupa gambar, simbol maupun kata ajakan untuk memakai produk atau membelinya. Poster dapat menjangkau sasaran secara heterogen dan biasanya memiliki frekuensi untuk dilihat secara berulang-ulang, hal tersebut dapat dijadikan sebuah pengingat untuk khalayak sasaran yang melihatnya.

k. *Transit Ad*

Merupakan periklanan *outdoor* yang menggunakan sarana umum masyarakat. *Transit Ad* merupakan jenis media dengan mobilitas tinggi dan dapat menjangkau audiens secara langsung. Iklan transit dapat berupa iklan di bis, mobil, taksi, kereta api, *subway*, truk dan ditempelkan pada kendaraan.



Gambar 20. *Transit Ad*  
(Sumber: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com))

l. Stiker

Media ini sangat atraktif untuk digunakan dalam segala suasana dan dapat dibagikan untuk siapa saja. Stiker atraktif karena bisa dikreasi semenarik mungkin untuk memikat audiens. Fungsi dari stiker diantaranya sebagai hiasan, identitas dan wadah informasi suatu perusahaan atau organisasi.

m. Gantungan Kunci

Gantungan Kunci merupakan sebuah media pendukung dalam melakukan sebuah promosi, dengan menjadikan gantungan kunci sebagai *gift/souvenir* audiens langsung bisa memakainya dan membawanya kemana saja. Benda ini mempunyai mobilitas tinggi, dengan ukurannya yang kecil namun dapat didesain semenarik mungkin agar terlihat menyolok dan dapat dijadikan reminder oleh target audiens.

n. *T-Shirt*

Pemberian *T-Shirt* sebagai *gift/souvenir* karena media ini dinilai cukup efektif untuk menjangkau khalayak sasaran, *T-Shirt* dapat tampil secara menyolok sehingga dapat menimbulkan *interest* dan pesan yang dimaksudkan tersampaikan pada audiens.

## 7. Tinjauan *Branding*

*Branding* merupakan sebuah proses penciptaan *Brand* suatu perusahaan atau organisasi. *Brand* berasal dari bahasa Inggris yang berarti Merek. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merek adalah tanda yang dikenakan oleh

pengusaha pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal atau cap yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya (KBBI, 2008:945).

*Brand* bukan hanya sekedar logo atau nama perusahaan, melainkan image atau persepsi dari sebuah perusahaan. *Brand* tidak dibuat hanya sekedar untuk simbol perusahaan, melainkan harus mampu mempresentasikan korporasi dan mampu memberikan kepercayaan (*trust*) dalam tempo yang singkat. Dengan adanya *brand* setiap perusahaan mampu memperkenalkan produknya dengan mudah.



Gambar 21. **Brand Identity**  
(Sumber: [www.Pinterest.com](http://www.Pinterest.com))

## 8. Tinjauan Logo

### a. Pengertian Logo

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, logo adalah huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri dari satu kata atau lebih, sebagai lambang atau nama perusahaan. Sebuah logo bisa dikatakan sebagai identitas perusahaan, lembaga atau organisasi. Logo diibaratkan sebuah pakaian dimana identitas seseorang akan terlihat dari apa yang ia kenakan, maka dari itu sebuah logo hendaknya

mencerminkan aspek non visual seperti sikap, perilaku, dan budaya sebuah perusahaan.

Menurut David E Carter dalam Kusrianto, pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal, yaitu:

1. *Original dan Distinctive*: mempunyai karakter dan keunikan tersendiri.
2. *Legible*: memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi meskipun diaplikasikan pada macam-macam media dan ukuran yang berbeda.
3. *Simple* atau sederhana: mudah dipahami oleh audiens.
4. *Memorable*: mudah diingat karena karakteristik dan keunikannya.
5. *Easily associated with the company*: bahwa logo yang baik akan mudah dihubungkan dengan jenis usaha dan citra perusahaan.
6. *Easily adaptable for all graphic media*: mudah untuk diaplikasikan pada media apapun, menyangkut bentuk fisik logo maupun warna pada logo.

#### **b. Jenis Logo**

Menurut Kusrianto (2007) Logo dikelompokkan menjadi beberapa jenis menurut bentuknya yaitu:

##### 1) *Logotype*

*Logotype* atau *Wordmark logo* berbentuk tulisan khas yang mengidentifikasi suatu nama atau merek. *Logotype* merupakan salah satu jenis logo yang menggunakan nama perusahaan atau organisasi sebagai gambaran utama yang disusun menjadi bentuk yang menarik dan artistik. *Logotype* berdiri sendiri tanpa disertai gambar atau simbol didalamnya. Seorang desainer harus mampu merubah sebuah tulisan yaitu nama sebuah

perusahaan atau organisasi menjadi sebuah logo yang mencerminkan karakter dan identitas sebuah perusahaan atau organisasi tersebut.

Proses penyusunan *Logotype* bukan hanya sekedar memilih jenis font lalu jadi, namun sebaiknya logo dibuat lebih berkarakter dengan memodifikasi beberapa font, hal ini dilakukan sebagai pengganti simbol yang mencerminkan citra sebuah perusahaan. Logotype akan terasa lebih baik jika diterapkan pada nama-nama perusahaan yang relatif pendek. Berikut adalah contoh dari jenis Logotype, yaitu:



Gambar 22: *Wordmark*

(Sumber: <https://mohsinfancy.com/types-of-logo-and-its-impact/> , pada 13 Maret 2-17, pukul 11.11)

## 2) *Alphabetical Logo*

*Alphabetical Logo* merupakan jenis logo yang terdiri dari bentuk huruf-huruf atau dimaksudkan untuk menggambarkan bentuk huruf dan kombinasi dari bentuk huruf. *Alphabetical Logo* menggunakan nama inisial dari sebuah perusahaan atau huruf pertama sebagai penggambaran dari keseluruhan identitas perusahaan. Hal itu dilakukan karena dengan mengkreasi inisial perusahaan dinilai lebih simpel dan mudah diingat. Walaupun sebuah logo tampak sederhana namun diharapkan seluruhnya dapat mempresentasikan karakteristik sebuah perusahaan tersebut.



Gambar 23: *Alphabetical Logo*

(Sumber: <http://nivekstudios.com/5-logo-types/>, pada 13 Maret 2017 pukul 11.51)

### 3) Logo Abstrak

Logo kelompok ini memiliki elemen-elemen yang merupakan bentuk abstrak dimana dapat menimbulkan berbagai kesan tergantung pada penilaian konsumen. Hal ini terjadi karena bentuk visual dari jenis logo ini yang sangat abstrak. Logo abstrak sangat mengedepankan nilai filosofis yang terdapat pada sebuah perusahaan. Berikut adalah contoh dari Logo abstrak:



Gambar 24: **Abstrak Logo**

(Diakses dari: [www.logobee.com](http://www.logobee.com) , pada 13 Maret 2017 pada 12.03)

### 4) Logo dalam Bentuk Benda Konkret

Logo dalam bentuk benda konkret misalnya bentuk manusia (seorang tokoh, wajah, bentuk tubuh), bentuk hewan, tanaman, dan lain sebagainya. Berikut beberapa contoh logo dalam bentuk benda konkret:



Gambar 25: Logo-logo dalam bentuk benda yang konkret  
(sumber: Kusrianto, 2007: 241)

## 9. Tinjauan *Gestalt*

Mempelajari desain komunikasi visual sama halnya dengan mempelajari ilmu psikologi, dimana sebuah desain yang dibuat oleh seorang perancang haruslah memiliki kesatuan visual yang mudah dipahami oleh penglihat. Peran psikologi dalam dunia desain yaitu saat *audience* dapat merespon tampilan visual berdasarkan pola, hubungan dan kemiripan. Memahami prinsip persepsi visual merupakan sebuah kunci pokok yang harus dimiliki oleh seorang desainer agar dapat melihat kecenderungan mata dalam melihat sebuah pola visual. Penerapan prinsip persepsi visual dari teori gestalt menjadi metode persepsi visual yang paling akurat, teruji, dan dapat dikatakan masih relevan sampai saat ini.

Dalam penciptaan karya desain, teori Gestalt sangat penting untuk dipahami. Kata “Gestalt” berasal dari bahasa Jerman yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris memiliki arti bentuk, hal, peristiwa, esensi dan totalitas. Pada dasarnya teori ini merupakan teori yang mengkaji psikologi manusia tentang kesadaran visual (persepsi visual). Pembahasan tentang

kesadaran visual inilah yang menjadikan teori Gestalt digunakan pada penciptaan sebuah karya desain.

Menurut Tanudjaja ( 2005:57 ) Prinsip Gestalt tidak memandang atau menilai elemen demi elemen dari persepsi visual tetapi memandang secara keseluruhan sebagai satu kesatuan yang utuh.

Mikke (2011:154) menjelaskan bahwa “Gestalt” merupakan bentuk atau gejala fisik, kejiwaan atau pengaturan simbolis atau dikenal dengan psikologi Gestalt. Dapat dipahami bahwa teori ini dapat menjadi acuan atau prinsip dalam penciptaan karya desain. Dalam tulisannya (Bedjo, 2005:60) Darkey menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip Gestalt yang sering digunakan sebagai acuan tersebut antara lain, kedekatan posisi (*proximity*), kesatuan bentuk (*similarity*), penutupan bentuk (*clossure*), kesinambungan pola (*continuity*), dan simetris (*symetrys*). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- a. Kedekatan (*proximity*): Objek-objek yang berdekatan posisinya akan dikelompokkan sebagai suatu kesatuan.
- b. Kesatuan (*similarity*): Objek-objek yang bentuk dan elemennya mirip akan dikelompokkan sebagai suatu kesatuan.
- c. Ketertutupan (*clossure*): Suatu objek akan dianggap utuh walaupun bentuknya tidak tertutup sepenuhnya.
- d. Kesinambungan (*continuity*): Objek akan dipersepsikan sebagai suatu kelompok karena adanya kesinambungan pola.

- e. *Figure Ground*: Sebuah objek bisa dilihat sebagai dua objek dengan permainan *foreground* dan *background*. Masing-masing bisa diidentifikasi sebagai objek tanpa harus membentuknya menjadi solid.

## **A. METODE PERANCANGAN**

### **1. Bentuk Data**

#### **a. Data Verbal**

Data yang didapat adalah data yang sebenarnya, diperoleh secara lisan dengan menggunakan teknik wawancara. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Suparno selaku pemilik industri kerajinan “Bayu Rotan” pada tanggal 9 Oktober 2016 merupakan salah satu acuan yang akan digunakan untuk pembuatan konsep dan perancangan Media Promosi.

Dalam wawancara ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan mulai dari sejarah singkat industri, promosi yang pernah dilakukan, produk yang menjadi primadona para konsumen, hingga permasalahan yang dialami selama ini, maka dari itu diperoleh data verbal sebagai berikut:

#### **1) Industri Kerajinan “Bayu Rotan”**

Bayu Rotan merupakan sebuah industri rumah tangga yang membuat berbagai bentuk kerajinan rotan seperti perabotan rumah tangga yaitu sofa, meja, kursi, lemari, dan lainnya. Tidak hanya rotan saja, beberapa material pendukung seperti kayu, eceng gondok, pelepah pisang, daun pandan pun digunakan untuk dipadupadankan dengan anyaman rotan.

Pada awalnya, Industri kerajinan “Bayu Rotan” hanya membuat barang untuk diekspor saja, namun karena banyaknya kendala yang dialami industri selama melakukan ekspor barang membuat pemilik industri memilih untuk berpindah haluan dari yang tadinya memproduksi hanya berdasarkan pesanan menjadi bisnis retail.

Perubahan yang sangat signifikan merupakan tantangan tersendiri bagi pemilik industri, dari target awal adalah pasar internasional dan sekarang hanya dalam pasar lokal.

## 2) Cara Pemasaran

Awalnya industri kerajinan ini terletak di daerah Sentra Industri Rotan Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Sukoharjo. Karena sebagian besar industri di sentra ini menggunakan sistem pemasaran “*buying*” jadi dari masing-masing pemilik usaha tidak perlu mencari target pemasaran, namun pembeli yang akan mencari produsen. Para pemesan sebagian besar sudah menjadi pelanggan tetap setiap bulannya, mereka yang memesan adalah para distributor yang akan menjualnya kembali ke luar negeri. Distributor tersebut sering mereka sebut dengan *buyer*.

Lain dulu lain sekarang, banyak pabrik kerajinan rotan yang berdiri di daerah Sukoharjo, sehingga kini para *buyer* lebih melirik untuk bekerjasama dengan pabrik. Hasilnya banyak industri kecil yang kesulitan memperoleh target pasar dan akhirnya bangkrut karena sepi pembeli.

Hal ini terjadi pada industri “Bayu Rotan”, keputusannya untuk pindah ke daerah dengan intensitas pengrajin rotan yang jarang yaitu di daerah Gunungkidul Yogyakarta nampaknya menjadi tantangan tersendiri, dengan memanfaatkan teras rumah sebagai *showroom* barang-barang kerajinannya, Bayu Rotan mampu mengantongi hingga 30 juta perbulannya.

### 3) Media Promosi

Industri kerajinan “Bayu Rotan” sekarang bisa dibilang berada dalam masa pemugaran, dikatakan industri baru namun pengalaman berproduksi sudah hampir 20 tahun, namun jika disebut industri lama Bayu Rotan belum mempunyai *brand* yang paten bahkan belum pernah melakukan promosi apa pun. Terhitung dari tahun 2015 industri ini menjalani bisnis retail berbagai barang kerajinan dan furniture rotan. Oleh karena itu, peran media promosi sangat dibutuhkan saat ini.

### 4) Hasil Produksi

Industri kerajinan “Bayu Rotan” memproduksi berbagai jenis kerajinan yang terbuat dari rotan dan bahan pendukung lain seperti kayu, serat pandan, eceng gondok, pelepah pisang dll. Jenis kerajinan yang dibuat adalah berbagai bentuk *furniture* rumah tangga seperti kursi dan meja, pembatas ruangan, ayunan bayi, rak buku, rak hias dan masih banyak lainnya. Selain barang kerajinan yang bentuknya relatif besar, diproduksi pula berbagai jenis keranjang mulai dari yang ukuran terkecil hingga keranjang dengan ukuran besar.

#### **b. Data Visual**

Data visual berupa gambar yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan media promosi untuk mempromosikan barang kerajinan produksi industri “Bayu Rotan”, baik data yang diambil secara pribadi, foto/gambar yang diambil dari internet, atau foto/gambar yang diperoleh dari hasil scan yang digunakan.

1) Data Foto Hasil Dokumentasi Pribadi



Gambar 26: **Set Kursi**  
(Dokumentasi Pribadi)

Gambar 27: **Vas Besar**  
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 28: **Lampu Gantung**  
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 29: **Kursi Makan**  
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 30: **Rak Pakaian**  
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 31: **Keranjang Laundry**  
(Dokumentasi Pribadi)

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

### a. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan teknik percakapan dengan narasumber dan memiliki maksud untuk mencari informasi sebanyak mungkin yang berkaitan dengan kajian penelitian ini. Dalam melakukan wawancara dilapangan penulis menggunakan daftar pertanyaan (*interview guide*) yang telah penulis persiapkan sebelumnya agar nantinya proses wawancara dapat berjalan secara terarah sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.

### b. Dokumentasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mencatat arsip-arsip surat seperti NPWP, SIUP, dan dokumen lainnya yang mendukung dan menguatkan penelitian selanjutnya. Dokumentasi berupa foto industri juga dibutuhkan sebagai acuan penciptaan karya.

### c. Observasi

Observasi merupakan pengamatan kepada objek yang diteliti sebagaimana keadaan sebenarnya yang terjadi. Dalam penelitian ini penulis datang ke lokasi penelitian untuk melihat secara langsung aktivitas yang ada dan sedang berlangsung.

## 3. Alat atau Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data verbal yaitu berupa pen, *notebook*, dan alat perekam suara atau *recorder*. Sedangkan instrument yang

digunakan untuk memperoleh data visual berupa kamera digital untuk mendapatkan beberapa dokumentasi. Proses pembuatan desain dilakukan dengan beberapa perangkat manual seperti pensil dan drawing pen. Selain perangkat manual guna merubahnya menjadi data digital diperlukan beberapa perangkat computer yang berupa perangkat keras (*hardware*) seperti komputer/laptop, mouse, *scanner* dan kamera digital. Sedangkan perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah Adobe Photoshop, CorelDraw dan Microsoft Word. Nantinya proses *finishing* yang dilakuakn menggunakan teknik *digital printing*.

#### **4. Konsep Perancangan**

Konsep perancangan dalam pembuatan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” merupakan hal yang sangat penting, oleh karena itu sebuah konsep harus direncanakan secara matang dan tepat. Semua desain yang dibuat harus memiliki tujuan yang jelas, dimana nantinya akan berhubungan langsung dengan *target audience* maka dari itu adanya kejelasan dalam menyusun pesan yang akan disampaikan merupakan aspek penting demi tercapainya sebuah tujuandan merupakan hasil dari analisis data dan ide-ide yang akan diwujudkan dalam suatu media tertentu. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan dapat menjangkau berbagai wilayah yang tersebar luas, pemilihan sebuah media yang tepat sangat diperlukan guna melengkapi informasi yang akan disampaikan.

#### **5. Rencana Aplikasi Media**

Berikut adalah jenis media yang akan dibuat, antara lain:

**a. Media Utama (Prime Media)**

Media utama dalam perancangan Media Promosi dari Industri Kerajinan

“Bayu Rotan” adalah:

- 1) Logo
- 2) Brosur
- 3) *Billboard*

**a. Media Pendukung (Supporting Media)**

Media pendukung yang akan dibuat dalam perancangan Media Promosi dari Industri Kerajinan “Bayu Rotan” adalah:

- 1) *Stationery Set*
  - a) Kop Surat
  - b) Amplop
  - c) Kartu Nama
  - d) Nota Pembayaran
  - e) Label Harga
- 2) Seragam Karyawan
- 3) Poster
- 4) *X-Banner*
- 5) *Transit Ad*
- 6) Stiker
- 7) Gantungan kunci
- 8) *T-Shirt*.

## 6. Analisis Data

### a. Analisis Masalah

Pada penjelasan dalam sejarah industri kerajinan “Bayu Rotan” telah disebutkan bahwa industri ini bergerak dibidang pengadaan *furniture* dan kerajinan berbahan baku rotan.

Pemilik usaha yaitu Bapak Suparno ingin mengembangkan bisnisnya ini menjadi sebuah industri kerajinan yang dikenal oleh masyarakat luas, mengingat kondisinya yang belum lama berdiri di kabupaten Gunungkidul.

“Bayu Rotan” berasal dari kata Bayu dan Rotan. Bayu adalah nama dari anak pertamanya yaitu Bayu Prasetyo dan rotan merupakan bahan dasar utama pembuatan furnitur, meskipun terdapat beberapa bahan pendukung lainnya seperti kayu, serat pandan, pelepah pisang, dan eceng gondok, industri ini tetap mengedepankan rotan sebagai bahan dasar utamanya.

Perancangan Media Promosi ini diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen dengan mengedepankan karakter dan sifat dari industri kerajinan “Bayu Rotan” sebagai industri yang memproduksi berbagai macam furnitur dan kerajinan berbahan baku rotan. Perancangan desain Media Promosi yang mengabungkan beberapa unsur natural dan ornamentik ini diharapkan dapat menciptakan desain *visual* yang berbeda dengan yang lainnya.

### b. Analisis Pemasaran

Pada pembahasan ini penulis menggunakan analisis 9P’s. Sebuah teori tentang *marketing mix* yang memiliki peran penting dalam suksesnya sebuah perusahaan. 9P’s digunakan sebagai parameter perusahaan dalam menyusun

strategi pemasaran yang efektif, kreatif dan efisien. Sembilan variabel dari 9P's tersebut adalah *Product* (produk), *People* (orang), *Price* (harga), *Programming* (pemrograman), *Promotion* (promosi), *Positioning* (penempatan), *Place* (tempat), *Partnership*(rekan), *Packaging* (pengemasan). Berikut analisis 9P's dari Industri Kerajinan "Bayu Rotan":

1) *Product* (produk)

Industri kerajinan "Bayu Rotan" memproduksi berbagai *furniture* dan kerajinan berbahan baku rotan alami, serat pandan (*sigress*), eceng gondok, pelepah pisang, dan rotan sintetis (*Synthetic Rattan*). Kerajinan yang diproduksi antara lain berbagai macam keranjang (*Basket*), mebel rotan, set kursi rotan, set kursi makan, set kursi taman, sofa rotan, meja, almari, rak, nakas, ayunan bayi, dan masih banyak lainnya. Karena rotan bersifat fleksibel, segala jenis barang yang memungkinkan dibuat dari bahan baku rotan maka jadilah barang tersebut, lebih unik, antik, dan memiliki nilai tersendiri karena kerumitan pembuatannya. Pembeli juga dapat memesan barang dengan desainnya sendiri, cukup mengirimkan rancangan yang diinginkan kepada Industri kerajinan "Bayu Rotan" untuk dipelajari dan diproduksi.

2) *People* (orang)

Orang yang menjadi *target audience* dari Industri Kerajinan "Bayu Rotan" adalah orang-orang dari semua rentang usia yang memiliki apresiasi terhadap produk lokal serta penikmat berbagai barang kerajinan dan alat rumah tangga berbahan baku alami.

### 3) *Price* (harga)

Industri Kerajinan “Bayu Rotan” memberikan bermacam-macam harga sesuai dengan bahan dan jenis produk yang ditawarkan. Berikut adalah harga rata-rata per satuan dari masing-masing produk:

- a) Pot Rotan : Harga mulai 20.000,00
- b) *Laundry Basket*: Harga mulai Rp. 60.000,00
- c) Rak Buku : Harga Mulai Rp 150.000,00
- d) Ayunan Bayi : Harga Mulai Rp. 150.000,00
- e) Sofa Rotan: Harga Mulai Rp. 1.250.000,00
- f) Set Kursi Taman : Harga Mulai Rp 2.000.000,00
- g) Set Kursi Makan : Harga Mulai Rp 3.000.000,00

### 4) *Programming* (pemrograman)

Menyusun strategi pemasaran memerlukan perencanaan yang matang didalamnya, adanya pemrograman yang efektif merupakan inisiatif dari perusahaan untuk menarik pembeli sebanyak mungkin. Beberapa program yang direncanakan oleh perusahaan seperti mengadakan diskon di akhir tahun dan pada perayaan hari besar, memberikan hadiah berupa *gift/souvenir* kepada pembeli, dan lain sebagainya.

### 5) *Promotion* (promosi)

Promosi yang akan dilakukan oleh industri kerajinan “Bayu Rotan” agar keberadaannya lebih dikenal oleh masyarakat luas adalah dengan memasang beberapa poster, menyebarkan brosur, serta

membagikan *gift/souvenir* kepada pembeli agar mereka dapat secara tidak langsung menyebar luaskan kepada orang lain identitas perusahaan.

6) *Positioning* (penempatan)

Penempatan yang dilakukan oleh Industri Kerajinan “Bayu Rotan” adalah dengan melihat peluang baik secara geografis maupun secara kualitas, dimana di daerah Gunungkidul memang belum ada produsen rotan lain dengan kualitas yang setara dengan “Bayu Rotan” seperti beberapa produk yang didesain menggunakan kayu jati karena mengutamakan daya tahan dan kualitas produk, sehingga dapat dijadikan sebagai keunggulan dari “Bayu Rotan”.

7) *Place* (tempat)

*Showroom* dan rumah produksi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” dinilai strategis karena letaknya yang berada di pinggiran jalan lintas provinsi antara Yogyakarta-Pacitan dan di pusat kota Kabupaten Gunungkidul. Beberapa produk di *display* di pelataran *showroom* sehingga *target audience* mudah menemukan lokasi Industrinya.

8) *Partnership* (rekan)

Untuk mempermudah laju pemasaran dibutuhkan rekan dalam pemenuhan kebutuhan industri, pembuatan media promosi dan pemasarannya. Dalam hal ini, Industri Kerajinan “Bayu Rotan” bekerjasama dengan beberapa perusahaan yang menyediakan barang mentah atau setengah jadi dari sentra kerajinan rotan Trangsan, Sukoharjo, Jawa Tengah.

### 9) *Packaging* (pengemasan)

Pengemasan merupakan bagian terpenting namun kadang dianggap sepele oleh para produsen *furniture*. Pengemasan barang yang baik dapat menjamin terjaganya kualitas produk suatu perusahaan. Industri Kerajinan “Bayu Rotan” melakukan beberapa mekanisme dalam pengemasan, sebelumnya perlu diperhatikan besar kecilnya produk yang akan dikirim baik menggunakan kendaraan pribadi maupun melalui ekspedisi lokal. Untuk pengemasan produk dengan jarak pengantaran relatif dekat bisa hanya menggunakan karton untuk menghindari benturan dengan benda lain. Namun jika tujuan pengantaran jauh perlu menggunakan pelindung yang lebih aman untuk meminimalisir terjadinya kerusakan.

## 7. Perencanaan Media

### a. Tujuan Media

Konsep itu sendiri memiliki tujuan yaitu pembuatan Media Promosi dari Industri Kerajinan “Bayu Rotan” guna mempromosikan berbagai barang yang diproduksi oleh Industri Kerajinan “Bayu Rotan”. Mengingat bahwa Promosi merupakan hal terpenting yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan, maka penulis harus mampu membuat desain Media Promosi yang berbeda dan lebih menekankan pada kekuatan industri itu sendiri. Terlebih lagi bahwa industri ini baru saja memulai produksi setelah vakum beberapa tahun dan belum pernah melakukan iklan sama sekali.

Pembuatan Media Promosi yang efektif dan komunikatif diharapkan dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi, dikatakan efektif yaitu bahwa iklan

yang dibuat nantinya harus tepat sasaran sedangkan komunikatif berarti iklan harus mampu berbicara dan menarik pelanggan sebanyak mungkin dengan pesan-pesan yang terkandung dalam iklan.

## **b. Strategi Media**

### **1) Khalayak Sasaran**

Strategi media adalah cara atau strategi yang digunakan oleh industri untuk menjangkau khalayak yang telah ditentukan melalui pemilihan dan prioritas sasaran.

Dalam menentukan tujuan kreatif perlu dipertimbangkan bagaimana karakter *target audience* terlebih dahulu. Dalam perancangan ini *target audience* di kategorikan dalam beberapa jenis, yaitu:

#### a) Demografis

Jenis Kelamin	: Pria dan Wanita
Usia	: 16 tahun –60 tahun
Status ekonomi social	: Kelas Menengah Keatas

#### b) Geografis

Target utama dari perancangan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” adalah:

- Orang yang berdomisili di Yogyakarta dan Pulau Jawa.
- Wisatawan lokal yang berkunjung ke Gunungkidul, dan mereka yang sedang melalui jalur Yogyakarta-Pacitan.
- Semakin majunya teknologi pemasaran, tidak menutup kemungkinan dapat menarik pelanggan dari Media *Online*.

## c) Psikografis

- Pribadi dengan sifat aktif dan dinamis, selalu mengikuti *trend* terbaru.
- Penikmat berbagai barang kerajinan dan alat rumah tangga berbahan baku alami.

## d) Behavioristik

- Konsumen yang membutuhkan barang kerajinan dan alat rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
- Konsumen yang cenderung mengapresiasi produk kerajinan lokal.

**2) Panduan Media**

Selain mengetahui karakter dari masing-masing *target audience*, dalam sebuah strategi media juga harus mempertimbangkan karakteristik dan efektivitas dari media promosi, berikut media promosi yang akan dibuat:

1. Media Utama (*Prime Media*)

Media utama dalam perancangan Media Promosi dari Industri Kerajinan “Bayu Rotan” adalah:

## a) Logo Industri Kerajinan Bayu Rotan

-Karakteristik Media

Logo yang dibuat simple lebih cepat dikenali oleh target audiens, selain simple logo juga harus terlihat unik tanpa membuatnya tampil berlebihan. Sebuah logo juga harus bersifat *memorable* (abadi) oleh

karena itu menentukan target sasaran amatlah penting agar konsumen dapat mengingat logo dan jenis usaha apa yang industri ini geluti.

*-Efektivitas Media*

Logo merupakan simbol khusus bagi sebuah perusahaan yang dapat memberikan citra tersendiri bagi setiap perusahaan. Logo dibuat menarik namun tepat guna yaitu dapat disesuaikan dengan segala mesin pencetak. Logo dikatakan efektif apabila konsep dari logo tersebut jelas dan dapat mencerminkan citra perusahaan.

*-Media Placement*

Logo industri kerajinan “Bayu Rotan” akan diaplikasikan ke semua media promosi baik itu media cetak dengan ukuran kecil hingga yang terbesar sekali pun dan tidak menutup kemungkinan untuk diaplikasikan pada media digital.

b) Brosur

*-Karakteristik Media*

Brosur merupakan media informasi yang berbentuk lembaran dengan banyak lipatan sehingga mudah dibawa dan efisien. Brosur dapat menerangkan suatu produk secara detail bahkan dapat mencakup beberapa hasil produk yaitu berupa foto dari Industri kerajinan “Bayu Rotan”. Dengan biaya yang relatif murah brosur dapat didesain semenarik mungkin.

- Efektivitas Media

Berkaitan dengan kelebihan dan kekurangan yaitu brosur dapat diberikan secara langsung kepada calon pembeli. Dengan media ini konsumen dapat mengetahui keterangan dari beberapa produk yang ditawarkan oleh “Bayu Rotan” secara detail.

Kelemahan dari brosur adalah karena sifatnya sebagai media yang diberikan secara langsung, brosur memiliki jangkauan yang tidak luas. Jika ingin memperluas jangkauan pun brosur harus dicetak dengan jumlah yang banyak dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

- *Media Placement*

Penyebaran brosur dilakukan hanya pada saat tertentu saja, yaitu pada bulan dimana “Bayu Rotan” sedang berpartisipasi pada sebuah pameran dan diedarkan di beberapa pusat perbelanjaan barang kerajinan di Gunungkidul yang sekitarnya.

- c) *Billboard*

- Karakteristik Media

*Billboard* merupakan media promosi luar ruangan yang sifatnya atraktif. Dengan ukurannya yang besar *billboard* mudah untuk dilihat dan dapat menyita perhatian khalayak sasaran. *Billboard* dapat memberikan informasi yang sangat jelas dengan didukung oleh gambar atau ilustrasi yang menarik.

- Efektivitas Media

*Billboard* merupakan jenis media yang tidak bergerak sehingga dapat memberikan informasi yang sangat jelas tentang keberadaan industri secara berulang-ulang. Dengan mencantumkan simbol tanda panah dan kisaran jarak yang harus ditempuh pengunjung tidak perlu lagi bertanya tentang lokasi industri.

Karena *billboard* memiliki ukuran yang cukup tinggi, hal ini hanya efektif oleh para pengendara motor karena bagi para sopir dan orang-orang menaiki kendaraan umum mereka tidak mempunyai ruang pandang yang cukup untuk dapat melihat *billboard* tersebut.

- Media Placement

*Billboard* akan diletakkan pada tempat yang strategis di jalan Yogyakarta-Wonosari. Terdapat titik penempatan *billboard* yaitu disekitar perempatan Bunderan Siyono. Hal ini dikarenakan pada Bunderan Siyono memiliki kepadatan lalu lintas yang cukup ramai ditambah Bunderan Siyono merupakan simpang yang pasti dilalui oleh para wisatawan yang akan berkunjung ke Pantai Gunungkidul.

2. Media Pendukung (*Supporting Media*)

Media pendukung yang akan dibuat dalam perancangan Media Promosi dari Industri Kerajinan “Bayu Rotan” adalah:

a) Kop Surat

- Karakteristik Media

Didalam Kop surat terdapat pesan otentik dari perusahaan yaitu berupa logo perusahaan, alamat, dan data-data lain. Kop surat memiliki desain yang beragam dengan mengutamakan bagian putih untuk menulis surat, kop surat tetap dapat didesain secara menarik dan tetap menunjukkan citra perusahaan.

- Efektivitas Media

Kop surat digunakan untuk mengirim atau melakukan korespondensi secara resmi, artinya bahwa surat apapun yang tertulis di atasnya berarti mengatasnamakan perusahaan. Kop surat dapat menunjukkan citra perusahaan karena didesain dengan elemen-elemen yang menunjukkan karakter perusahaan.

- *Media Placement*

Kop surat digunakan pada setiap surat-surat resmi seperti proposal dan perjanjian proyek dengan konsumen, lembaga atau organisasi, surat perjanjian pegawai dan sebagainya. Kop surat dapat dijadikan sebagai penanda identitas sebuah perusahaan.

b) Amplop

- Karakteristik Media

Amplop selain digunakan sebagai tempat kop surat juga menjadi penanda industri, dengan memuat konten dari industri dan

beberapa elemen yang mencerminkan citra industri membuat penerima lebih mudah mengenali siapa yang mengirimnya.

- Efektivitas Media

Amplop digunakan sebagai wadah/bungkus dari kop surat, sehingga penerima surat mengetahui siapa pengirim surat tersebut hanya dengan melihat amplopnya. Sama halnya dengan kop surat pemberian desain berdasarkan *linemark brand* industri juga dapat menunjukkan citra perusahaan.

- Media Placement

Digunakan sebagai wadah/bungkus kop surat yang akan dikirim kepada pihak lain yang memiliki kepentingan untuk berkorespondensi.

c) Kartu Nama

- Karakteristik Media

Kartu nama biasanya memiliki ukuran yang kecil sehingga mudah di simpan dalam saku atau dompet. Kartu nama memiliki bentuk yang unik dan berkesan informal.

- Efektivitas Media

Kartu nama merupakan sebuah sarana promosi paling efisien dalam hal produksi, walaupun ukurannya relatif kecil namun dalam kartu nama berisikan identitas perusahaan berupa nomor telepon, alamat email dan alamat industri “Bayu Rotan” yang memungkinkan untuk dihubungi oleh calon pembeli.

Karena ukurannya yang relatif kecil besar kemungkinan jika kartu nama dapat terselip atau hilang.

- *Media Placement*

Kartunama diberikan kepada pengunjung atau relasi yang datang ke industri atau dibagikan ketika pameran. Dengan adanya kartu nama dapat memudahkan pemilik usaha dalam menarik relasi dan pembeli.

d) Nota Pembayaran

- Karakteristik Media

Nota pembayaran digunakan sebagai bukti transaksi dimana dengan memuat informasi tentang produk yang telah dibeli dapat mengurangi resiko kesalahan pembelian. Dibuat dengan ukuran yang tidak terlalu kecil karena untuk memudahkan jika suatu saat nota dibutuhkan dan mudah dalam mencarinya.

- Efektivitas Media

Nota Pembayaran akan digunakan sebagai catatan produk yang dibeli oleh konsumen lengkap dengan detail jumlah dan harganya, sehingga memudahkan penjual dalam mendata produk yang telah terjual.

- *Media Placement*

Nota pembayaran akan diberikan secara langsung kepada konsumen sebagai tanda pembayaran resmi ketika konsumen telah membeli produk dari perusahaan.

e) Label Harga

- Karakteristik Media

Label harga memuat beberapa informasi produk secara detail, dengan mencantumkan harga dari produk tersebut dimaksudkan untuk mengantisipasi para konsumen yang sungkan untuk bertanya berapa harga dari produk tersebut. Selain itu, dengan pemberian label harga pihak industri baik itu pemilik atau karyawan tidak bisa semena-mena menaikkan harga jualnya.

- Efektivitas Media

Label merupakan elemen penting yang harus dimiliki oleh suatu produk. Dengan label produk dapat diketahui keasliannya, konsumen dapat memperoleh produk sesuai yang diinginkan karena dalam label telah tertera identitas secara detail mengenai produk tersebut.

- Media *Placement*

Label pada Industri Kerajinan “Bayu Rotan” disesuaikan dengan produk yang dibuat. Dengan menyertakan label disetiap produk dapat meyakinkan pembeli saat memilih barang yang mereka inginkan. Label berisi informasi secara utuh suatu produk yang ditempatkan dengan cara ditempel, dimasukkan, dan digantung pada tiap-tiap produk.

f) Seragam Karyawan

- Karakteristik Media

Karyawan merupakan bagian yang penting pada sebuah perusahaan, karyawan bertugas untuk bertemu dengan konsumen secara langsung, dengan adanya seragam dapat memberikan identitas tersendiri bagi para karyawan industri “Bayu Rotan” pada saat bertemu langsung dengan konsumen.

- Efektivitas Media

Seseorang akan terlihat apa pekerjaannya ketika ia mengenakan seragam. Kelebihan seragam karyawan adalah akan terjalin kebersamaan yang erat antar karyawan. Dengan mengenakan seragam karyawan pada setiap kegiatan baik diluar atau didalam industri, dapat membawa pesan dan *image* industri kepada khalayak sasaran.

Dengan pemakaian seragam sertiap hari, pekerja industri dirasa kurang nyaman dan bebas dalam berpenampilan, maka dari itu seragam di industri kerajinan “Bayu Rotan” digunakan hanya pada saat-saat tertentu saja, seperti saat mengikuti sebuah *event* pameran dan saat karyawan bertugas untuk kegiatan diluar.

- Media *Placement*

Terdapat dua macam seragam karyawan yaitu seragam kerja dimana penggunaannya relatif jarang karena digunakan pada saat

industri mengadakan event saja berupa seragam berkerah dengan logo Bayu Rotan di dada sebelah kiri.

g) Poster

- Karakteristik Media

Poster merupakan media penyampaian pesan yang berbentuk gambar disertai dengan kata-kata. Memiliki ukuran yang cukup besar umumnya diatas A4. Poster dapat mencapai target audiens secara heterogen dan dapat dijadikan pengingat karena memiliki frekuensi untuk dilihat secara berulang-ulang.

- Efektivitas Media

Poster dapat dengan jelas menyampaikan informasi kepada masyarakat. Poster dapat menarik perhatian lebih apabila didesain dengan strategi kreatif dan komunikasi yang baik.

Terdapat kelemahan pada media poster yaitu pesan yang disampaikan terbatas, karena poster biasanya sebagian besar adalah gambar, maka perlu keahlian untuk menafsirkan maksud dari poster.

- Media *Placement*

Poster dapat ditempel *indoor* maupun *outdoor*, biasanya lebih menarik perhatian karena ukurannya yang besar dan desainnya yang kreatif, elemen utama pada poster biasanya berupa gambar atau tulisan tergantung ide kreatif dari desainer. Poster rencananya akan dipasang di beberapa titik di Yogyakarta pada saat akan diadakan pameran biasanya diadakan tiga kali dalam satu tahun yaitu pada

awal tahun, pertengahan tahun, dan akhir tahun, seperti di papan-papan pengumuman, di beberapa tempat pelayanan publik (dengan izin yang bersangkutan).

#### h) *X-Banner*

##### - Karakteristik Media

*X-Banner* merupakan salah satu jenis banner dengan penyangga dibelakang berupa huruf X atau menyilang. *X-Banner* menggunakan penyangga berbahan ringan namun tetap kuat berdiri tegak oleh sebab itu *x-banner* bersifat *portable* yaitu mudah dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain.

##### - Efektivitas Media

*X-Banner* merupakan media promosi dengan biaya cetak yang efisien, hal itu dikarenakan bentuknya yang kecil yaitu dengan ukuran standar 60 cm x 160 cm saja. Dengan ukurannya yang relatif kecil, *x-banner* mampu memuat informasi dengan lengkap dan praktis karena mudah dirangkai.

Namun karena konstruksinya yang ringan membuat penyangga *X-Banner* mudah rusak dan roboh saat di letakan di luar ruangan.

##### - Media Placement

Penempatan media *x-banner* biasanya diletakkan di depan *stand* ketika industri mengikuti sebuah *event* pameran biasanya diadakan tiga kali dalam satu tahun yaitu pada awal tahun,

pertengahan tahun, dan akhir tahun, para pengunjung bisa dengan jelas membaca informasi detail didalamnya. Bahkan jika perlu mereka dengan mudah mencatat konten yang ada di *x-banner* tersebut untuk pemesanan barang dan sebagainya.

i) *Transit Ad*

- Karakteristik Media

Media ini memiliki jangkauan, frekuensi penayangan, dan kontinuitas yang tinggi karena dapat bergerak secara luas ke arah target audiens. Biaya pembuatan terjangkau dan memiliki ruang iklan yang memadai.

- Efektivitas Media

*Transit Ad* merupakan kendaraan sebagai sarana transportasi berupa truk *pickup* yang akan digunakan untuk antar angkut barang. Karena kendaraan akan sering berada di jalan maka masyarakat dapat melihat iklan yang dibubuhkan pada kendaraan.

Kelemahan pada media ini adalah bahwa terkadang konsumen yang melihat pada *Transit Ad* tidak sedang menikmati iklan, namun hanya sebatas melihat saja.

- Media Placement

Mobil yang digunakan merupakan mobil dari industri “Bayu Rotan” yang dikhususkan untuk mengantar barang pesanan maupun untuk berbelanja kebutuhan industri.

j) Stiker

-Karakteristik Media

Media stiker dinilai sebagai media yang fleksibel dan multi fungsi. Dengan ukuran yang dapat disesuaikan menurut keinginan, begitu pula dengan desain stiker dapat dibuat semenarik mungkin, karena sejatinya stiker mempunyai kemampuan untuk tampil menyolok dan mengesankan.

-Efektifitas Media

Media ini dapat tampil menyolok karena biasa ditempatkan pada bagian yang dapat terlihat orang lain. Namun jika media ini didesain dengan ukuran yang kecil biasanya akan sulit untuk dipahami apa maksud dan tujuan stiker tersebut.

-Media *Placement*

Stiker akan diberikan kepada semua pelanggan yang membeli produk dari industri “Bayu Rotan” tanpa minimal order selama persediaan masih ada. Periode pembelian yaitu pada tahun 2017-2018.

k) Gantungan Kunci

-Karakteristik Media

Gantungan Kunci mempunyai mobilitas tinggi, dengan ukurannya yang kecil namun dapat didesain semenarik mungkin agar terlihat menyolok dan dapat dijadikan reminder oleh target audiens.

#### -Efektifitas Media

Gantungan kunci sebagai media promosi berjalan dapat dijadikan sebagai pengingat untuk target audiens yang melihatnya. Dengan menggunakan bahan akrilik, gantungan kunci dapat bertahan hingga waktu yang lama.

#### -Media Placement

Gantungan Kunci akan diberikan kepada semua pelanggan yang membeli produk dari industri “Bayu Rotan”. *Gift/souvenir* diberikan pada akhir tahun sebagai penanda atau *reward* dari perusahaan dengan pembelian diatas Rp 1.000.000,- selama persediaan masih ada.

#### 1) *T-Shirt*

##### -Karakteristik Media

*T-Shirt* dapat tampil secara menyolok sehingga dapat menimbulkan *interest* dan pesan yang dimaksudkan tersampaikan pada audiens. Media ini mempunyai jangka pemakaian yang cukup lama dan dapat dipake oleh konsumen secara langsung.

##### -Efektifitas Media

Media promosi dalam bentuk *T-Shirt* ini memiliki daya guna tinggi dalam kegiatan sehari-hari. Selain kegunaannya tersebut, *T-Shirt* juga dapat dikategorikan dalam media promosi berjalan karena target audiens yang memakai *T-Shirt* secara tidak langsung ikut andil menyebar luaskan isi pesan dari industri “Bayu Rotan”.

*-Media Placement*

*T-Shirt* akan diberikan kepada semua pelanggan yang membeli produk dari industri “Bayu Rotan”. *Gift/souvenir* diberikan pada akhir tahun sebagai penanda atau *reward* dari perusahaan dengan pembelian diatas Rp 2.500.000,- selama persediaan masih ada.

## **8. Program Media**

### a. Pelaksanaan Program Media

Program Media merupakan pelaksanaan dari perencanaan media, bagaimana media tersebut direalisasikan dan berapa banyaknya frekuensi pemuatan media promosi. Program media promosi dari Industri Kerajinan “Bayu Rotan” akan dilaksanakan dalam periode waktu 1 tahun yaitu antara tahun 2017-2018.

Produksi media pada awalnya akan dilakukan secara serentak mulai dari media utama hingga media pendukungnya. Namun dalam pelaksanaan nantinya terdapat beberapa media seperti kartu nama dan nota pembayaran terus diproduksi sesuai dengan frekuensi penggunaan media tersebut.

Berikut Program Media Perancangan Media Promosi:

Tabel 1. Program Media

## Perancangan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan”

1) Pelaksanaan Program Media Utama (*Prime Media*) tahun 2017

No	Nama Media	Bulan												Ket.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1.	Logo	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12x1x12
2.	Brosur	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	1x12 bulan
3.	Billboard	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 bulan

2) Pelaksanaan Program Media Pendukung (*Supporting Media*) tahun 2017

No	Nama Media	Bulan												Ket.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1.	Kop Surat	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
2.	Amplop	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
3.	Kartu Nama	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
4.	Nota	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
5.	Label Harga	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
6.	Seragam Kerja	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
7.	Poster	√					√					√		3x1x12
8.	X-Banner	√					√					√		3x1x12
9.	Transit Ad	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
10.	Sticker	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12 Bulan
11.	Gantungan Kunci												√	1x1x12
12.	T-Shirt												√	1x1x12

b. Estimasi Biaya Media

Biaya media adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan produksi media-media dalam kampanye periklanan. Berikut ini merupakan rincian estimasi anggaran yang akan digunakan dalam pembuatan media promosi.

Tabel 2. **Estimasi Biaya**

1) Estimasi Biaya Media Utama (*Prime Media*) tahun 2017

No	Nama Media	Ukuran	Jml.	Harga	Estimasi Biaya
1.	Logo			Rp.4.000.000	Rp.4.000.000
2.	Brosur	<i>trifold</i>	500 lbr	Rp.525.000/500	Rp.525.000
3.	<i>Billboard</i>	4mx8m	1(2 desain)	1x12xRp200.000	Rp.2.400.000
<b>Jumlah</b>					<b>Rp.6.925.000</b>

2) Estimasi Biaya Media Pendukung (*Supporting Media*) tahun 2017

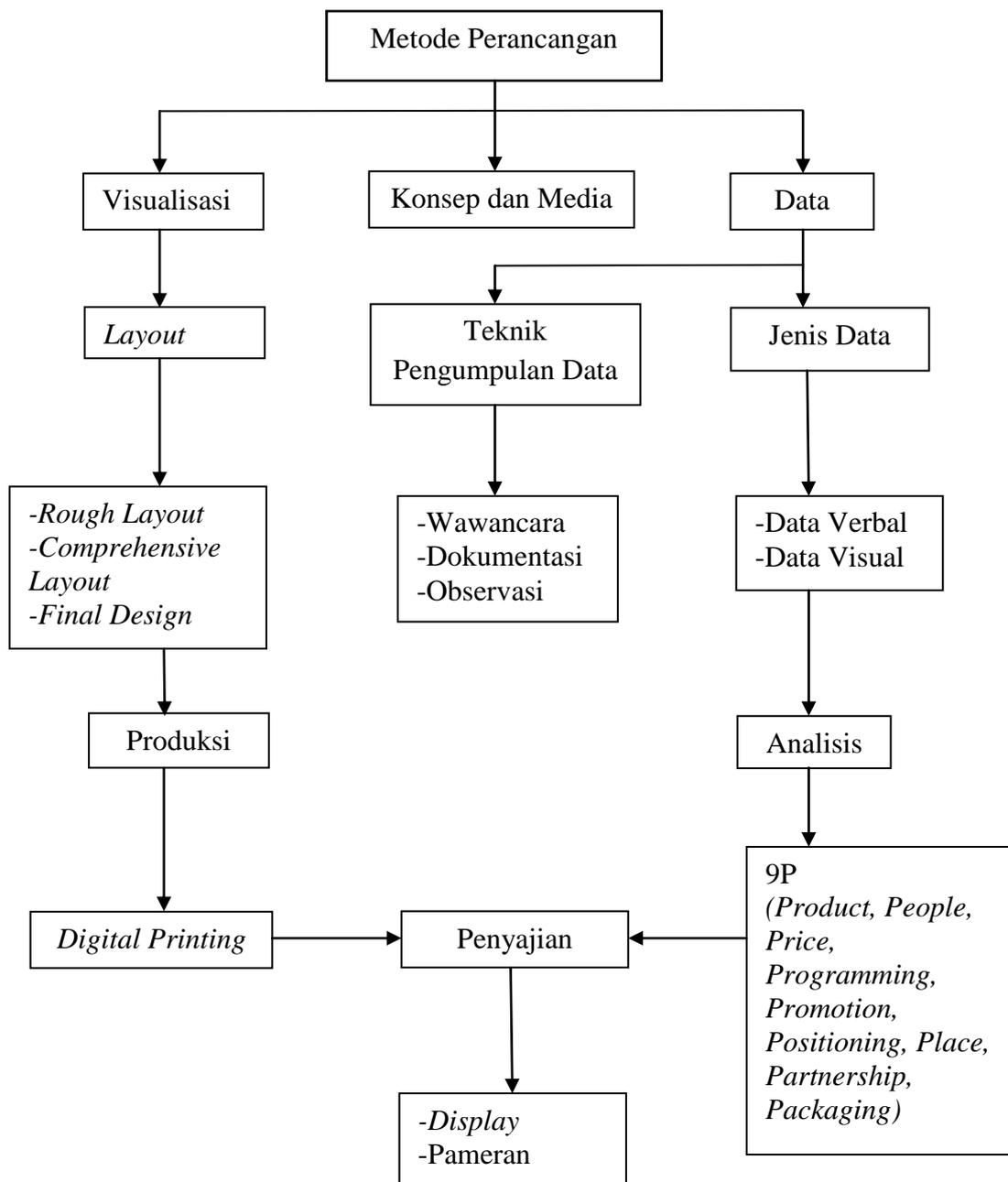
No	Jenis Media	Ukuran	Jml.	Harga	Estimasi Biaya
1.	Kop Surat	A4	200	Rp.125.000	Rp.250.000
2.	Amplop	standar	200	Rp.100.000	Rp.200.000
3.	Kartu Nama	5,5 x 9cm	10	Rp.45.000	Rp.450.000
4.	Nota Pembayaran	A5	2 rim	Rp.225.000	Rp.450.000
5.	Label Harga	5x8cm	5000	Rp.500	Rp.2.500.000
6.	Seragam Kerja	<i>All Size</i>	10	Rp.80.000	Rp.800.000
7.	Poster	A3	100	Rp.3.000	Rp.300.000
8.	<i>X-Banner</i>	60x160cm	4	Rp.65.000	Rp.260.000
9.	<i>Transit Ad</i>	Pick Up	1	Rp.1.250.000	Rp.1.250.000

10.	Stiker	10x4cm	1000	Rp.500	Rp.500.000
11.	Gantungan Kunci	Standar	100	Rp.8.000	Rp.800.000
12.	<i>T-Shirt</i>	<i>All Size</i>	50	Rp.50.000	Rp.2.500.000
<b>Jumlah</b>					<b>Rp.10.260.000</b>

**Jadi, total estimasi biaya media promosi adalah Rp.17.185.000,-**

## 9. Skema Perancangan

Perancangan disusun secara sistematis agar dapat menghasilkan karya desain dan media promosi yang maksimal. Berikut adalah skema metode perancangan:



## **BAB III**

### **KONSEP PERANCANGAN DAN VISUALISASI KARYA**

#### **A. Konsep Perancangan**

##### **1. Tujuan Perancangan**

Melalui perancangan *Branding* media promosi ini, diharapkan Industri Kerajinan “Bayu Rotan” dapat meningkatkan penjualan berbagai barang kerajinan dan *furniture*. Mengingat promosi merupakan hal terpenting yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan maka penulis harus bisa membuat desain media promosi yang berbeda dan lebih menonjolkan karakteristik industri itu sendiri. Dalam proses pembuatan desain *branding* media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” akan memadukan dua unsur yaitu alami dan modern. Kedua unsur tersebut merupakan representasi dari visi dan misi perusahaan yaitu menciptakan kerajinan dan *furniture* yang modern namun tetap mengedepankan bahan alami dalam pembuatan produknya.

Pada pembuatan media promosi ini penulis menggunakan gaya desain yang tidak terlalu rumit namun terlihat menarik, hal itu ditunjukkan dengan adanya perpaduan yang kontras antara desain, ilustrasi, dan isi teksnya. Teks dibuat menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami oleh *audience* agar menimbulkan kesan sugestif sehingga calon konsumen tertarik untuk datang dan membeli barang kerajinan atau *furniture*. Dengan dibuatnya media promosi yang efektif, kreatif, dan komunikatif diharapkan dapat menarik *audience* untuk melihat informasi pada media yang dirancang dan tertarik untuk membeli.

## 2. Pesan Verbal

### a. Kepala Berita (Headline)

Kepala berita sering disebut juga dengan judul, merupakan pesan verbal yang paling ditonjolkan dandiharapkan dibaca pertama kali oleh target audiens. Posisinya bisa dimanasaja, tidak selalu di bagian atas meskipun namanya *head* atau kepala. Kalimat yang digunakan untuk *headline* adalah Kerajinan Rotan dan Furniture “Bayu Rotan”.

### b. Penjelasan Kepala Berita (Sub Headline)

*Subheadline* atau sub judul merupakan penjelas dari *headline*. Letaknya bisadi bawah maupun di atas *headline* (disebut juga *overline*). Biasanyamencerminkan materi dalam teks. Masing-masing desain pada perancangan media promosi industri kerajinan “Bayu Rotan” menggunakan *subheadline* yang berbeda-beda tergantung konsep kreatif yang digunakan.

### c. Teks (Body Copy)

*Body copy* diartikan sebagai penguraiinformasi suatu produk secara detail sehingga diharapkan dapat membujukdan memprovokasi pembaca untuk membeli produk yang diiklankan. Pesan yang disampaikan bersifat ringkas, sederhana, mudah dimengerti oleh khalayak konsumen. Masing-masing desain pada perancangan media promosi industri kerajinan “Bayu Rotan” menggunakan *body copy* yang berbeda-beda tergantung konsep kreatif yang digunakan.

#### d. Penutup (Closing Word)

*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* yang digunakan pada pembuatan media promosi industri kerajinan “Bayu Rotan” berupa alamat, info penjualan, dan *contact person*.

### 3. Pesan Visual

#### a. Logo

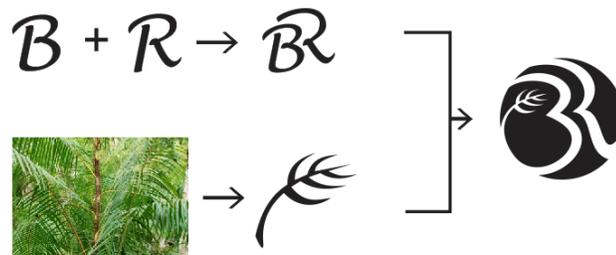
Perancangan Media Promosi industri kerajinan “Bayu Rotan” diawali dengan pembuatan logo perusahaan. Industri yang baru saja memulai usahanya secara mandiri ini belum memiliki logo yang paten. Dalam proses pembuatan logo terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi yaitu unik, simpel dan fleksibel. Selain beberapa kriteria diatas logo Industri Kerajinan “Bayu Rotan” harus sesuai dengan tujuan perusahaan diantaranya ialah mampu mencerminkan karakter perusahaan yang bergerak di bidang *furnishing*, mewakili visi dan misi perusahaan yaitu “menggunakan bahan alami dalam pembuat berbagai barang kerajinan maupun *furniture*”.

Logo yang dibuat merupakan perpaduan antara *Logogram* dan *Logotype* karena mengandung kedua jenis tersebut. *Logogram* disini menggunakan nama inisial dari Industri Kerajinan “Bayu Rotan”. Penggambaran huruf B dan R pada *logogram* merupakan representasi tidak langsung dari kata Bayu dan Rotan. Pemakaian simbol daun rotan pada logo dimaksudkan bahwa hampir semua barang yang diproduksi oleh

perusahaan menggunakan rotan alami sebagai bahan dasar pembuatannya. Kemudian diikuti dengan penempatan *logotype* tepat di samping kanan logo. Sedangkan *tagline* dibawah *logotype* merupakan teks guna memperjelas logo karena industri belum dikenal sebelumnya.

Perancangan logo industri kerajinan “Bayu Rotan” memerlukan perpaduan yang seimbang antara elemen-elemen pembentuknya dan nilai filosofis pada logo.

#### 1) Studi Bentuk



Gambar 32: **Proses Perancangan Logo**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

#### 2) Proses Perancangan

##### a) *Thumbnails*



Gambar 33: **Sketsa Kasar Logo**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b) Sketsa Terpilih



Gambar 34: **Sketsa Terpilih**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c) *Typeface*

**BAYU ROTAN**

Gambar 35: **Tipografi logo Bayu Rotan dengan Jenis Huruf *Futura Bk BT***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

**N a t u r a l F u r n i s h i n g**

Gambar 36: **Tipografi logo Bayu Rotan dengan Jenis Huruf *Century Gothic***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## d) Penerapan Warna



C : 13  
M : 32  
Y : 100  
K : 0



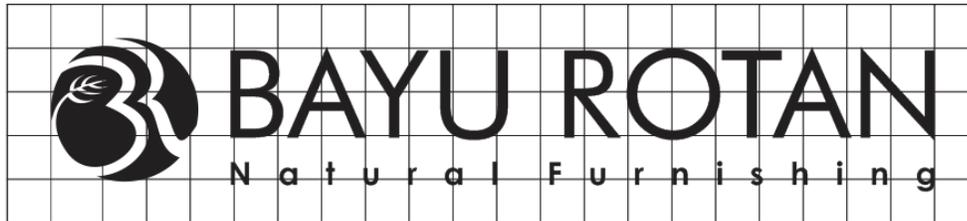
C : 52  
M : 73  
Y : 82  
K : 75

Gambar 37: **Logo Bayu Rotan Fullcolor dan Kode Warna Logo**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 38: **Logo Bayu Rotan Versi Hitam Putih**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## e) Grid Logo



Gambar 39: **Grid Logo Bayu Rotan**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## f) Perbesaran dan Perkecilan Logo



Gambar 40: **Perbesaran dan Perkecilan Logo**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## g) Makna Filosofis Logo

Penciptaan logo perusahaan Bayu Rotan ini memiliki tujuan dan maksud tertentu. Pada penyusunan elemen pada logo yang terbentuk dari

inisial perusahaan yaitu huruf B dan R disertai dengan simbol daun rotan melambangkan sifat fleksibel, kokoh, dan alami dalam mengerjakan setiap produknya.

Merujuk pada motto perusahaan tersebut yaitu “*inspiring natural home décor*” yang diartikan menjadi “alam (bahan alami) sebagai inspirasi mendekorasi rumah”. Motto tersebut disimbolkan dengan daun rotan yang terlihat jelas dan menjadi bagian dari huruf “B” pada logo tersebut. Selain itu, pada logo tersebut warna kuning dimaknai sebagai sifat optimis, semangat dan ceria. Sifat-sifat tersebut dimaksudkan menjadi citra perusahaan, produk maupun karyawannya serta konsumen yang merasa nyaman dengan *service* yang diberikan perusahaan Bayu Rotan ini.

#### h) Teori *Gestalt*

Studi bentuk berdasarkan teori *Gestalt* pada logo Industri Kerajinan “Bayu Rotan” termasuk pada prinsip *closure* (Penutupan Bentuk) yaitu bahwa kita dapat melihat huruf B dan R pada lingkaran logo yang sebenarnya bentuk kedua huruf tersebut tidaklah utuh.

#### b. Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan pada perancangan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” berjenis *San Serif* karena huruf tersebut memiliki tingkat keterbacaan tinggi dibandingkan dengan huruf jenis *Serif* dan *Dekoratif*. Penulis memilih huruf *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial* pada penyusunan logo dan

aplikasi media promosi. Karena sifatnya yang sederhana dan mudah dibaca, jenis huruf ini memiliki kesesuaian dengan tujuan perancangan media promosi ini.

Dalam pengaplikasiannya nanti jenis huruf *Futura Bk BT* dan *Century Gothic* akan digunakan pada pembuatan Logo Bayu Rotan dengan pengaturan skala antara masing-masing baris akan memberi penegasan pada nama industri yaitu Bayu Rotan. Jenis huruf ini dipilih karena bentuknya yang sederhana dan terkesan elegan namun mudah dibaca. Berikut bentuk visual dari huruf *Futura Bk BT* dan *Century Gothic*:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

Gambar 41: **Huruf *Futura Bk BT***  
 (Dokumentasi Pribadi)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Gambar 42: **Huruf *Century Gothic***  
 (Dokumentasi Pribadi)

Sedangkan penggunaan huruf *Arial* akan diaplikasikan pada pembuatan media promosi, dimana ketiga huruf tersebut akan dipadu padankan menjadi sebuah susunan yang menarik. Berikut bentuk visual dari huruf *Arial*:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Gambar 43: **Huruf *Arial***  
 (Dokumentasi Pribadi)

c. Warna

Dalam perancangan *branding* media promosi ini akan menggunakan beberapa warna pokok dan warna pendukung lain pada setiap media. Warna pokok yang digunakan akan menjadi warna identitas yaitu warna kuning, coklat dan hijau, warna kuning diartikan sebagai sifat optimis, semangat dan ceria, warna coklat menunjukkan produktifitas, kerja keras dan persahabatan, warna hijau berarti pertumbuhan, pembaharuan dan kesuksesan. Sifat-sifat tersebut dimaksudkan menjadi citra industri. Beberapa warna pendukung seperti Merah berarti kekuatan, Putih berarti kedamaian, dan Hitam memiliki

arti perlindungan. Pemilihan warna kuning, coklat dan hijau sebagai warna pokok karena ketiganya mengesankan kealamian seperti industri yang lebih mengedepankan unsur alami pada pembuatan produknya. Penjabaran beberapa warna tersebut yaitu:



Kuning

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

*Yellow Ochre*

C: 13, M:32, Y:100, K:0



Coklat

C:0, M:70, Y:100, K:70

*Dark Brown*

C: 50, M:70, Y:100, K:70



Hijau

C:84, M:29, Y:100, K:19



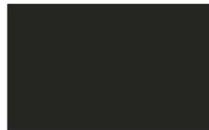
Merah

C: 0, M:100, Y:100, K:12



Putih

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



Hitam

C: 50, M:50, Y:50, K:100

Gambar 44: **Warna Pokok dan Warna Pendukung**  
(Dokumentasi Pribadi)

#### d. Ilustrasi

Salah satu elemen terpenting dalam pembuatan desain ini adalah ilustrasi. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan media promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” berupa olahan foto produk kerajinan dan *furniture* Bayu Rotan. Ilustrasi berupa foto antara lain lampu gantung dan set meja makan dimana kedua produk tersebut merupakan andalan Bayu Rotan. Sedangkan ilustrasi berupa elemen yang menunjukkan identitas perusahaan akan menggunakan ilustrasi berupa logo Bayu Rotan.

#### e. *Layout*

*Layout* yang digunakan dalam perancangan desain media promosi ini menggunakan *layout* simetris (formal) dan asimetris (informal), hal ini dilakukan agar desain tidak terkesan monoton.

#### f. Elemen Pendukung

Elemen pendukung dirancang sebagai pelengkap pada setiap desain baik itu untuk dekorasi maupun *pattern*. Pada perancangan ini penulis menggunakan elemen pendukung untuk menambah nilai estetis pada desain yaitu menyusun pola atau *patterns* sesuai dengan karakter perusahaan tanpa terlepas dari konsep dasar desain. Elemen pendukung ini berupa bentuk abstrak yang terdiri dari tiga warna dasar yaitu kuning, hijau dan coklat. Berikut salah satu pola abstrak sebagai elemen pendukung:



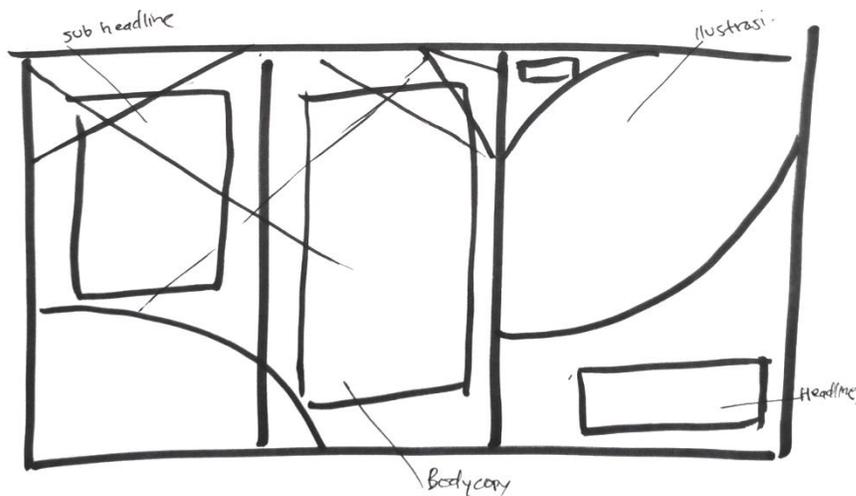
Gambar 45: **Pola Abstrak**  
(Dokumentasi Pribadi)

## B. Visualisasi Karya

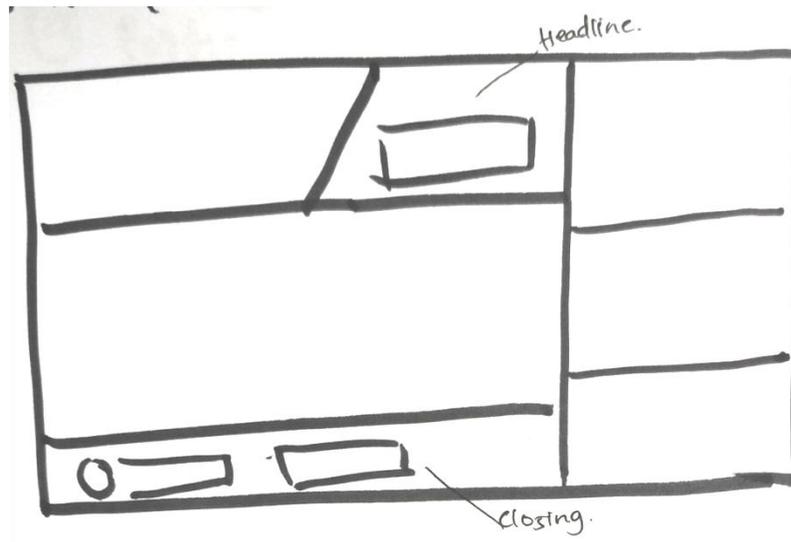
### 1. Media Utama (*Prime Media*)

#### a. Brosur

##### 1) *Rough Layout* (Layout Kasar)

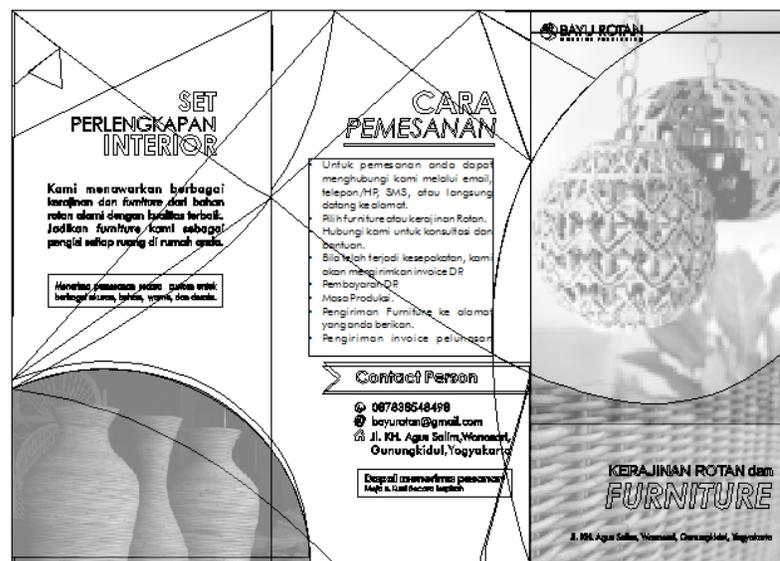


Gambar 46: ***Rough Layout* Brosur luar**  
(Dokumentasi Pribadi)

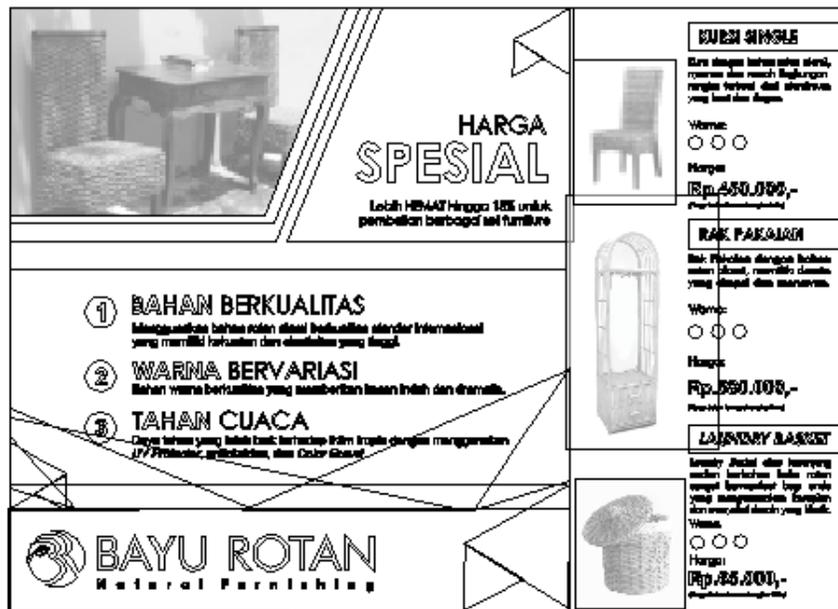


Gambar 47: *Rough Layout Brosur Dalam*  
(Dokumentasi Pribadi)

## 2) *Comprehensive Layout (Layout Lengkap)*



Gambar 48: *Layout Lengkap Brosur Luar*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 49: *Layout Lengkap Brosur Dalam*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3) *Final Design* (Desain akhir)



Gambar 50: *Desain Akhir Brosur Luar*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 51: Desain Akhir Brosur Dalam  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : Brosur

Ukuran : A4

Format : *Portrait (Trifold Brochure)*

Bahan : *Art Paper*

Keterangan :

a) Verbal:

(1) Depan:

- *Headline* : BAYU ROTAN (Logo), Kerajinan Rotan Dan *Furniture*

- *Subheadline* : Cara Pemesanan, Set Perlengkapan Interior

- *Bodycopy* :

(a) Cara Pemesanan

1. Untuk pemesanan anda dapat menghubungi kami melalui email, telepon/HP, SMS, atau langsung datang ke alamat.
2. Pilih furniture atau kerajinan Rotan.
3. Hubungi kami untuk konsultasi dan bantuan.
4. Bila telah terjadi kesepakatan, kami akan mengirimkan invoice DP.
5. Pembayaran DP.
6. Masa Produksi.
7. Pengiriman Furniture ke alamat yang anda berikan.
8. Pengiriman invoice pelunasan pembayaran.

(b) Set Perlengkapan Interior

“ Kami menawarkan berbagai kerajinan dan furniture dari bahan rotan alami dengan kualitas terbaik. Jadikan furniture kami sebagai pengisi setiap ruang di rumah anda”

- *Closing Word* :

Contact Person: Telp. 087838548498, email: bayurotan@gmail.com, Alamat:  
Jl. KH. Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

(2) Belakang

- *Headline* : HARGA SPESIAL

- *Subheadline* : Lebih Hemat hingga 15% untuk pembelian berbagai set furniture.
- *Bodycopy* :
  1. Bahan Berkualitas: Menggunakan bahan rotan alami berkualitas standar internasional yang memiliki kekuatan dan elastisitas yang tinggi.
  2. Warna Bervariasi: Bahan warna berkualitas yang memberikan kesan indah dan dramatis.
  3. Tahan Cuaca: Daya tahan yang lebih baik terhadap iklim tropis dengan menggunakan UV Protector, antioksidan, dan Color Guard
- *Closing Word* :

BAYU ROTAN (Logo), Contact Person: Telp.087838548498, email: bayurotan@gmail.com, Alamat: Jl.KH.Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

b) Visualisasi atau ilustrasi

Pada perancangan brosur ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Bayu Rotan. Pada penampakan brosur bagian depan akan digunakan foto produk di beberapa spot dan Logo Bayu Rotan di sisi kiri atas (jika brosur dilipat), sedangkan bagian belakang terdapat foto catalog dengan menggunakan olahan foto produk.

c) **Tipografi**

Tipografi yang digunakan untuk Logo yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT* dan *Century Gothic*. Sedangkan untuk keseluruhan brosur menggunakan perpaduan antara huruf *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial*.

d) **Warna**

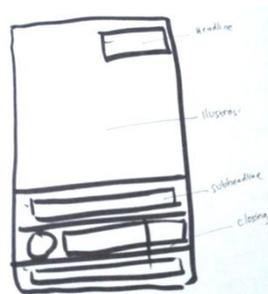
Pada perancang brosur ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70), dan Merah (C:16 M:100 Y:100 K:12).

e) **Layout**

*Layout* yang digunakan pada perancangan brosur disini bersifat asimetris agar desain terlihat komunikatif dan dinamis. Elemen-elemen dalam desain iklan tersebut disusun membentuk irama yang menarik, sehingga mengarahkan pembaca pada alur informasi yang dimuat dalam desain.

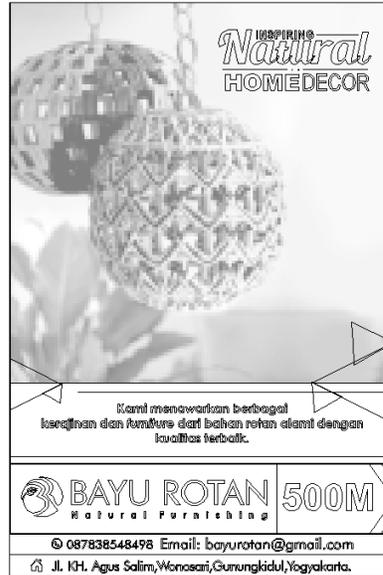
**b. Billboard**

1) *Rough Layout* (Layout Kasar)



Gambar 52: ***Rough Layout Billboard***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## 2) *Comprehensive Layout (Layout Lengkap)*



Gambar 53: *Layout Lengkap Billboard*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## 3) *Final Design (Desain Akhir)*



Gambar 54: *Desain Akhir Billboard*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : *Billboard*

Ukuran: 2m x 3m

Format : *Portrait*

Bahan : *vynil*, Besi, Plat Aluminium.

Keterangan:

a) Verbal:

- *Headline* : Inspiring Natural Home Décor.
- *Subheadline* : Kami menawarkan berbagai kerajinan dan furniture dari bahan rotan alami dengan kualitas terbaik.

- *Bodycopy* : -

- *Closing Word* :

BAYU ROTAN (Logo), Contact Person: Telp.087838548498, email: bayurotan@gmail.com, Alamat: Jl.KH.Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

b) Visualisasi atau ilustrasi

Pada perancangan *billboard* ini ilustrasi yang digunakan adalah Logo dan Foto Produk dari Bayu Rotan. Sekitar 70% area di isi oleh ilustrasi foto salah satu produk Bayu Rotan dan Logo dibawah sebagai *closing word*.

f) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk *billboard* yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial*.

## g) Warna

Pada perancangan *billboard* ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70), dan Merah (C:16 M:100 Y:100 K:12).

h) *Layout*

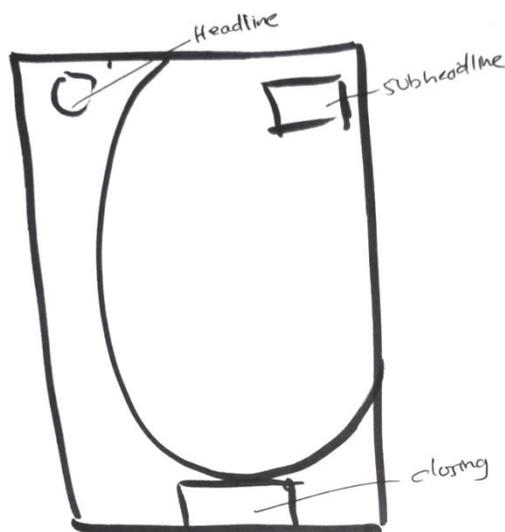
*Layout* yang digunakan pada perancangan *billboard* disini bersifat asimetris agar desain terlihat komunikatif dan dinamis.

## 2. Media Pendukung (*Supporting Media*)

### a. Stationery Set

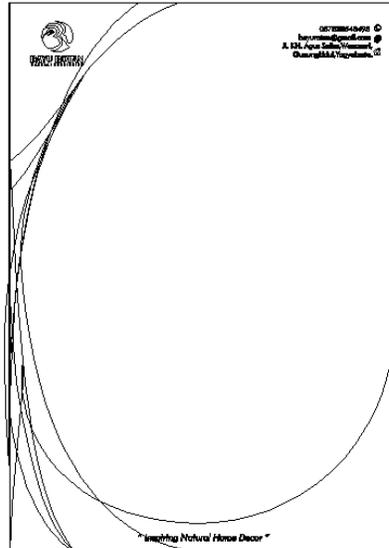
#### 1) Kop Surat

- *Rough Layout* (*Layout Kasar*)



Gambar 55: ***Rough Layout Kop Surat***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Comprehensive Layout (Layout Lengkap)*



Gambar 56: **Layout Lengkap Kop Surat**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Final Design (Desain Akhir)*



Gambar 57: **Desain Akhir Kop Surat**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : Kop Surat

Ukuran : A4

Format : *Potrait*

Bahan : *HVS80gr*

Keterangan:

a) Verbal:

- *Headline* : *BAYU ROTAN (Logo)*
- *Subheadline* : Contact Person: Telp.087838548498, email: bayurotan@gmail.com, Alamat: Jl.KH.Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.
- *Bodycopy* : -
- *Closing Word* : *Inspiring Natural Home Decor*

b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah logo perusahaan dengan latar belakang pola garis lengkung sebagai frame kiri hingga bawah bagian. Sedangkan bagian tengah adalah lembaran putih untuk tempat tulisan nantinya.

c) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk Kop Surat yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT* dan *Century Gothic*. *Futura Bk BT* digunakan padakeseluruhan teks pada Kop Surat sedangkan *Century Gothic* diterapkan pada logo industri.

d) Warna

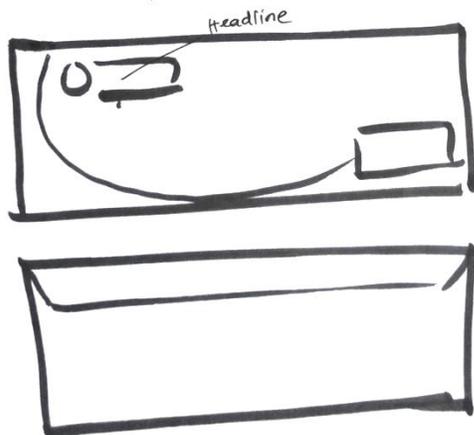
Pada perancang Kop Surat ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0) dan Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70).

e) *Layout*

*Layout* yang digunakan pada perancangan kop surat disini bersifat asimetris agar desain terlihat komunikatif dan dinamis. Elemen-elemen pendukung dalam desain kop surat berupa pola abstrak yang membentuk *frame* dibagian kiri dan bawah desain, karena bentuknya yang tidak sejajar dan cenderung dinamis, maka layout tersebut tergolong dalam sifat asimetris.

2) Amplop

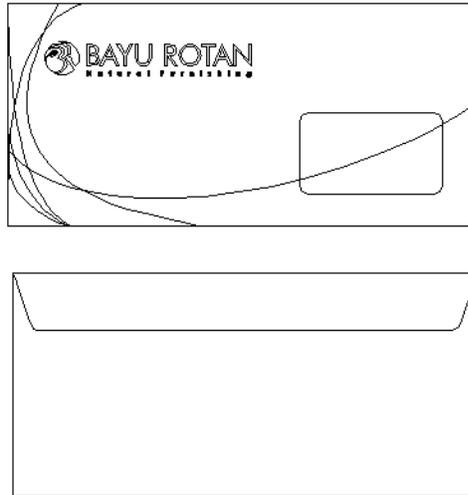
- *Rough Layout (Layout Kasar)*



Gambar 58: ***Rough Layout Amplop***

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Comprehensive Layout (Layout Lengkap)*



Gambar 59: **Desain *Layout Lengkap Amplop***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3) *Final Design (Desain Akhir)*



Gambar 60: **Desain Akhir Amplop**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : Amplop

Ukuran: 10cm x 20cm

Format :*Landscape*

Bahan :*HVS80gr*

Keterangan:

a) Verbal:

- *Headline* : BAYU ROTAN (Logo)

b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah logo perusahaan. Dengan pola garis lengkung berfungsi sebagai elemen pendukung atau sebagai frame kiri hingga bagian bawah.

c) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk Amplop yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT* dan *Century Gothic* yang diterapkan pada logo industri.

d) Warna

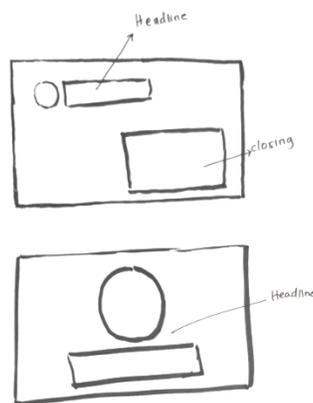
Pada perancang Kop Surat ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0) dan Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70).

e) *Layout*

*Layout* yang digunakan pada Amplop merupakan pengorganisasian secara seimbang (*balance*) antara sisi kiri dan kanan. Bagian kiri atas di isi oleh logo industri dan diimbangi oleh *address box* di bagian kanan bawah.

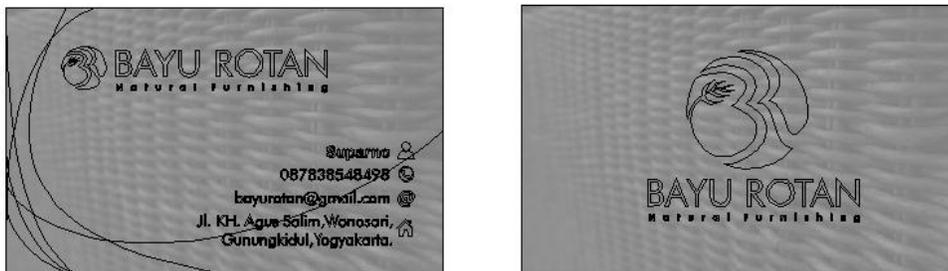
4) Kartu Nama

- *Rough Layout* (Layout Kasar)



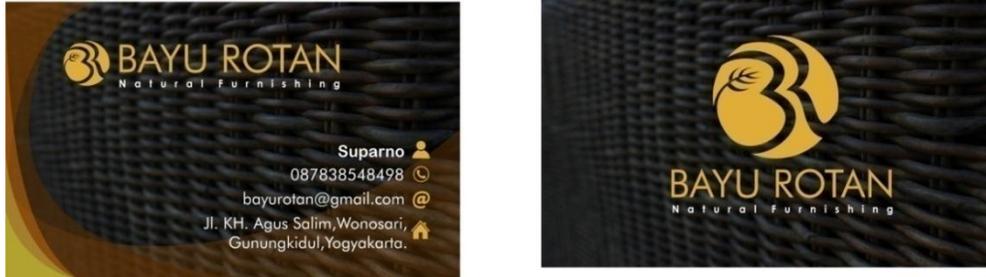
Gambar 61: ***Rough Layout*** Kartu Nama  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Comprehensive Layout* (Layout Lengkap)



Gambar 62: ***Desain Layout*** Lengkap Kartu Nama  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Final Design* (Desain Akhir)



Gambar 63: **Desain Akhir Kartu Nama**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama :Kartu Nama

Ukuran : 9cm x 5,5cm

Format :*Landscape*

Bahan :*Ivory 250 gr (laminasi dof)*

Keterangan:

a) Verbal:

Depan :

- *Headline* :BAYU Rotan (Logo)

- *Subheadline* : Nama: Suparno, Telp.087838548498, email:

bayurotan@gmail.com, Alamat: Jl.KH.Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul,  
Yogyakarta.

Belakang :

*Headline* : Bayu Rotan (Logo)

b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah berupa olahan foto anyaman dari salah satu produk Bayu Rotan yang difungsikan sebagai *background* dan ilustrasi berupa logo Industri sebagai *headline* kartu nama. Penambahan elemen visual berupa garis abstrak yang disesuaikan bentuknya hingga tampak seperti frame disisi kiri dan bawah kartu nama.

f) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan Kartu Nama yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT* dan *Century Gothic* yang diterapkan pada logo industri dan pada bagian identitas industri menggunakan tipe huruf *Futura Bk BT*.

g) Warna

Desain ini menggunakan dominasi warna terang hingga putih untuk menekankan info utama berupa *headline* dan *subheadline* di atas *background* yang berwarna gelap. Pada perancangan kartu nama ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70) dan Putih (C:0 M:0 Y:0 K:0).

h) *Layout*

*Layout* yang digunakan pada perancangan kartu nama menggunakan pola keseimbangan simetris dan disesuaikan dengan format media kartu nama yaitu *landscape*. Agar terlihat harmonis elemen-elemen yang disusun menggunakan warna-warna yang hampir sama.



- *Final Design* (Desain Akhir)

**BAYU ROTAN**  
Natural Furnishing

087838548498  
bayurotan@gmail.com  
Jl. KH. Agus Salim, Wonosari,  
Gunungkidul, Yogyakarta.

Melayani pembelian  
berbagai *furniture* dan kerajinan rotan

Gunungkidul,  
Kepada Yth.

No	Banyaknya	Nama Barang	Harga	Jumlah

Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan kecuali ada perijinan sebelumnya.

Total	
Uang Muka	
Sisa	

Hormat kami,

Terimakasih atas kunjungannya

(.....)

Jadikan Furniture Kami Sebagai Pengisi Setiap Ruang di Rumah Anda

Gambar 66: **Desain Akhir Nota Pembayaran**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama :Nota Pembayaran

Ukuran :17cm x 21cm

Format :*Potrait*

Bahan :HVS80gr

Keterangan:

a) Verbal:

- *Headline* : Bayu Rotan (Logo)

- *Subheadline* : 087838548498, bayurotan@gmail.com, Jl. KH. Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.
- *Bodycopy* : -
- *Caption* : Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau ....
- *Call Out* : Jadikan Furniture Kami Sebagai Pengisi ....
- *Closing Word* : Terimakasih atas kunjungannya.

c) Visualisasi atau ilustrasi

Nota pembayaran berformat *potrait* dengan unsur pembentuk yang tidak terlalu ramai, tersusun dari satu warna saja yaitu hanya coklat dan dikombinasikan dengan warna coklat namun dalam tingkatan warna yang berbeda. Ilustrasi yang digunakan adalah berupa logo industri, bidang yang memuat informasi berupa garis yang tersusun secara berkolom.

d) Tipografi

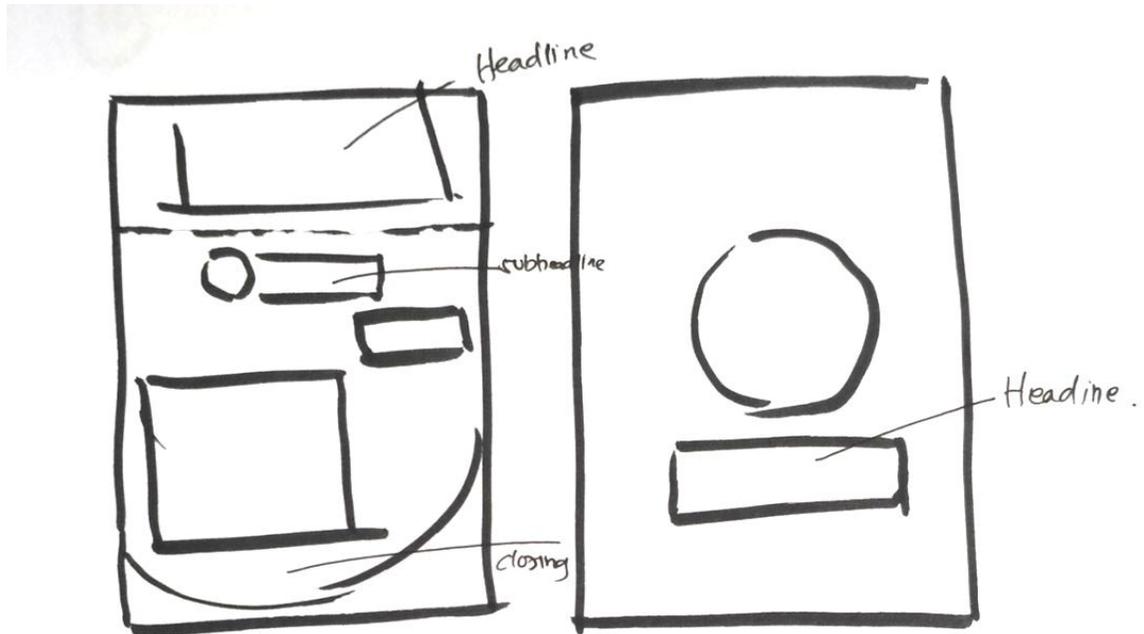
Tipografi yang digunakan untuk perancangan Nota Pembayaranyaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial*

e) Warna

Pada perancang nota pembayaran ini menggunakan perpaduan dari warna Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70) dan tingkatan dari warna coklat itu sendiri.

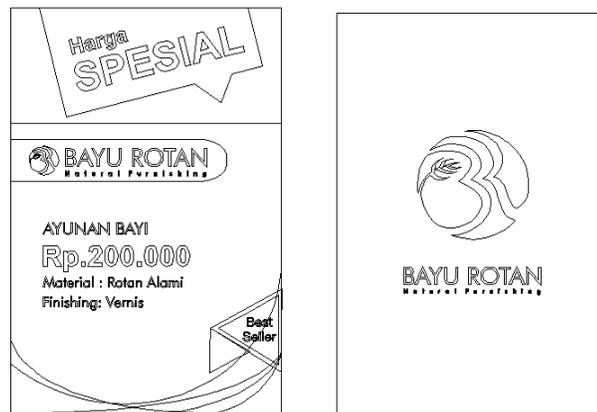
## 6) Label Harga

- *Rough Layout (Layout Kasar)*



Gambar 67: *Roug Layout Label Harga*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Comprehensive Layout (Layout Lengkap)*





Gambar 68: **Desain *Layout* Lengkap Label Harga**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Final Design* (Desain Akhir)





Gambar 69: **Desain Akhir Label Harga**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama :Label Harga

Ukuran :8cm x 12cm

Format :*Potrait*

Bahan :*Ivory*250gr

Keterangan:

## a) Verbal:

Label 1 depan:

- *Headline* : Spesial Diskon
- *Subheadline* : BAYU ROTAN (Logo)
- *Bodycopy* : MINI BOOK STORAGE Rp. ~~170.000~~ Rp. 120.000 Material:  
Rotan alami, *Finishing: Vernish*
- *Closing Word* : -

Label 1 belakang:

*Headline* : BAYU ROTAN (Logo)

Label 2 depan:

- *Headline* : Harga Spesial
- *Subheadline* : BAYU ROTAN (Logo)
- *Bodycopy* : AYUNAN BAYI Rp.200.000 Material: Rotan alami, *Finishing:*  
*Vernish*
- *Closing Word* : -

Label 2 belakang:

*Headline* : BAYU ROTAN (Logo)

Label 3 depan:

- *Headline* : BAYU ROTAN (Logo)

- *Subheadline* : -
- *Bodycopy* : Nama, Harga, Mat

Label 2 belakang:

*Headline* : BAYU ROTAN (Logoerial, Finishing)

b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi pada label bagian depan berupa logo industri, terdapat bentuk persegi sebagai background dari *headlinemenambah* kesan kuat dan lebih ramai. Penambahan frame pola abstrak di sisi kiri dan bawah memberi kesan estetis pada label.

f) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan Label yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial*

g) Warna

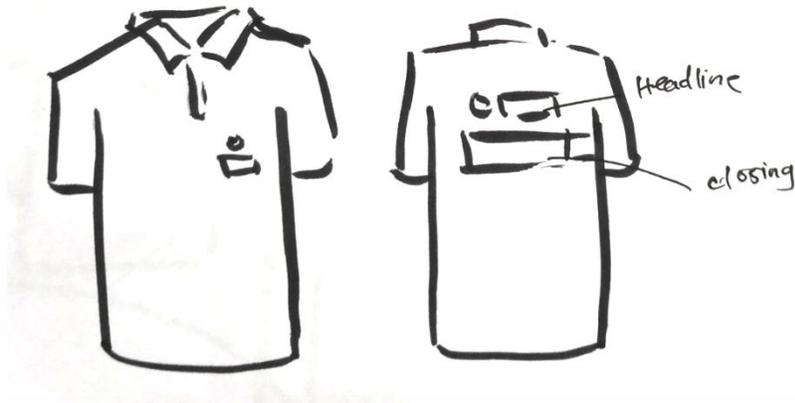
Pada perancang label ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70), dan Merah (C:16 M:100 Y:100 K:12).

h) *Layout*

*Layout* yang digunakan pada perancangan label kertas menggunakan pola keseimbangan asimetris dan disesuaikan dengan format media label kertas.

## b. Seragam Karyawan

### 1. *Rough Layout* (Layout Kasar)



Gambar 70: ***Rough Layout*** Seragam Karyawan  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### 2. *Comprehensive Layout* (Layout Lengkap)



Gambar 71: **Desain *Layout* Lengkap** Seragam Karyawan  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### 3. *Final Design* (Desain Akhir)



Gambar 72: **Desain Akhir Seragam Karyawan**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama :Seragam Karyawan

Ukuran:*All size*

Format :-

Bahan :*Cotton Combed*

Keterangan:

a) Verbal:

Depan :

- *Headline* : Bayu Rotan (logo)

Belakang :

- *Headline* : Bayu Rotan (logo)

- *Subheadline* : 087838548498, bayurotan@gmail.com, Jl. KH. Agus Salim,

Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

- *Closing Word* : Menerima berbagai pesanan furniture dan kerajinan rotan.

c) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi pada Seragam Karyawan bagian depan dan belakang berupa logo industri.

i) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan Seragam Karyawan yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial*.

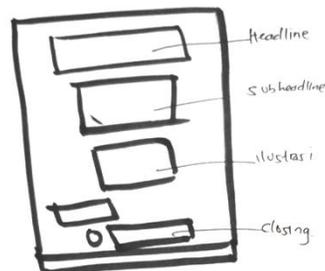
j) Warna

Pada perancangan Seragam Karyawan ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0) dan Putih (C:0 M:0 Y:0 K:0).

**c. Media Promosi**

1) Poster

a) *Rough Layout* (*Layout Kasar*)



Gambar 73: ***Rough Layout Poster***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b) *Comprehensive Layout (Layout Lengkap)*



Gambar 74: *Comprehensive Layout Poster*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c) *Final Design (Desain Akhir)*



Gambar 75: **Desain Akhir Poster**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama :Poster

Ukuran : A3

Format :*Potrait*

Bahan :*Art Papper 120 gr*

Keterangan:

a) Verbal:

- *Headline* : *Sale*
- *Subheadline* : Lebih Hemat hingga 15% untuk ....
- *Bodycopy* : -
- *Caption* : Potongan Hingga 15%
- *Closing Word* : Bayu Rotan (Logo) dan 087838548498,  
bayurotan@gmail.com....

b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi pada poster berupa logo industri, dan bentuk segitiga sebagai elemen pendukung guna memperjelas teks yang akan ditonjolkan.

c) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan poster yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial*.

d) Warna

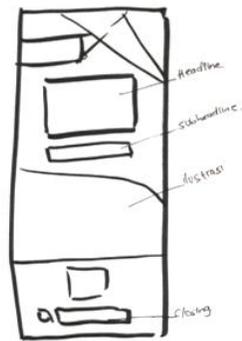
Pada perancang poster ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70), dan Merah (C:16 M:100 Y:100 K:12).

e) *Layout*

*Layout* yang digunakan pada perancangan poster menggunakan pola keseimbangan asimetris dan disesuaikan dengan format media poster.

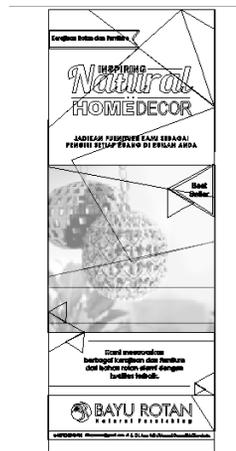
## 2) X-Banner

### a) *Rough Layout* (Layout Kasar)



Gambar 76: ***Rough Layout X-Banner***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### b) *Comprehensive Layout* (Layout Lengkap)



Gambar 77: ***Comprehensive Layout X-Banner***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c) *Final Design (Desain Akhir)*



Gambar 78: **Desain Akhir X-Banner**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : *X-Banner*

Ukuran: 60cm x 160cm

Format : *Potrait*

Bahan : *Vinyl*

Keterangan:

## a) Verbal:

- *Headline* : *Inspiring Natural Home Decor*
- *Subheadline* : *Jadikan Furniture Kami Sebagai Pengisi ....*
- *Bodycopy* : *Kami menawarkan berbagai kerajinan dan furniture ....*
- *Closing Word* : *Bayu Rotan (Logo) dan 087838548498, bayu....*

## b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah berupa olahan foto dari salah satu produk Bayu Rotan dan ilustrasi berupa logo Industri. Penambahan elemen visual berupa garis abstrak yang disesuaikan bentuknya dengan desain *X-Banner*.

## c) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan *X-Bannery* yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT* dan *Century Gothic* yang diterapkan pada logo industri dan huruf *Arial* digunakan pada bagian *Body copy*.

## d) Warna

Pada perancang *X-Banner* ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70) Merah (C:16 M:100 Y:100 K:12) dan Putih (C:0 M:0 Y:0 K:0).

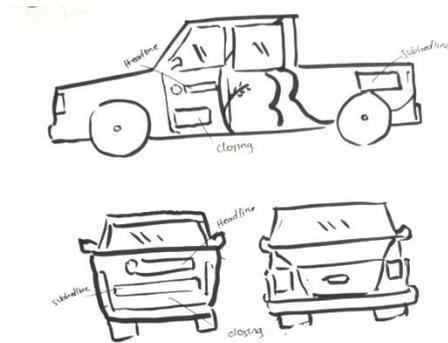
e) *Layout*

*Layout* yang digunakan pada perancangan *X-Banner* menggunakan pola keseimbangan asimetris dan disesuaikan dengan format media *X-Banner* yaitu *potrait*. Agar terlihat harmonis elemen-elemen yang disusun menggunakan

warna-warna yang hampir sama yaitu berupa gradasi antara warna kuning, hijau dan coklat.

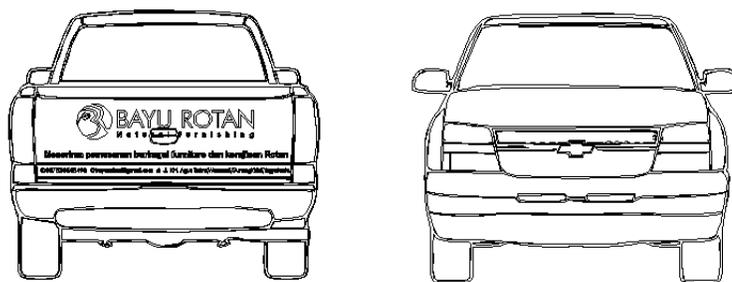
### 3) *Transit Ad*

#### a) *Rough Layout* (Layout Kasar)

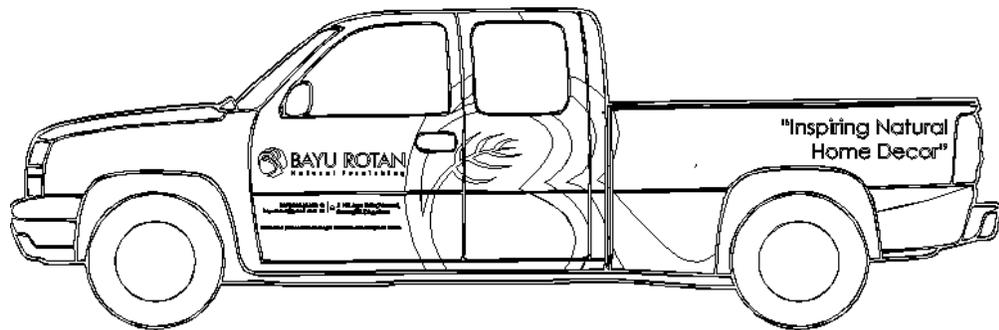


Gambar 79: ***Rough Layout Transit Ad***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

#### b) *Comprehensive Layout* (Layout Lengkap)



Gambar 80: ***Layout Lengkap Transit Ad tampak Depan dan Belakang***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 81: *Comprehensive Layout Transit Ad Tampak Samping*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c) *Final Design* (Desain Akhir)



Gambar 82: *Desain Akhir Transit Ad*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : *Transit Ad*

Ukuran : Standar

Format : *Landscape*

Bahan : *Sticker Oracal*

Keterangan:

a) Verbal:

(a) Samping kanan dan kiri

- *Headline* : Inspiring Natural Home Decor
- *Subheadline* : *BAYU ROTAN (Logo)*
- *Closing Word* : 087838548498, bayurotan@gmail.com, Jl. KH. Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

(b) Belakang

- *Headline* : *BAYU ROTAN (Logo)*
- *Subheadline* : Menerima pesanan berbagai *Furniture* dan Kerajinan Rotan
- *Closing Word* : 087838548498, bayurotan@gmail.com, Jl. KH. Agus Salim, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah berupa olahan dari logo Industri hingga membentuk seperti huruf B dan R. Penempatan ilustrasi tersebut disesuaikan

dengan media Mobilnya sehingga terkesan penuh dan dapat mencirikan Bayu Rotan.

c) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan Mobil *Branding* yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT* dan *Century Gothic* yang diterapkan pada logo industri dan huruf *Arial* digunakan pada bagian *Subheadline*.

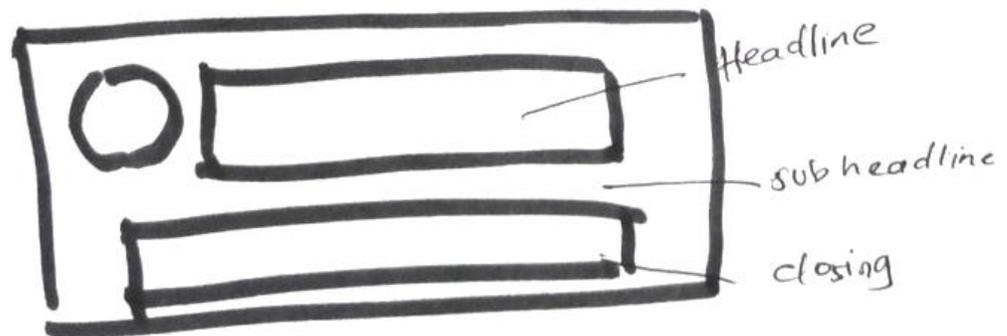
d) Warna

Pada perancangan *X-Banner* ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Hijau (C:40 M:0 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70) dan Putih (C:0 M:0 Y:0 K:0).

#### 4) Gift/Souvenir

a) Stiker

- *Rough Layout* (Layout Kasar)



Gambar 83: ***Rough Layout Stiker***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Comprehensive Layout* (Layout Lengkap)



Gambar 84: *Comprehensive Layout Stiker*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Final Design* (Desain Akhir)



Gambar 85: **Desain Akhir Stiker**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : Stiker

Ukuran: 5cm x 10cm

Format: *Landscape*

Bahan : *Vinyl* Stiker

Keterangan:

## a) Verbal:

- *Headline* : BAYU ROTAN (logo)
- *Subheadline* : Natural Furnishing
- *Closing Word*: Contact Person: Telp. 087838548498, email:  
bayurotan@gmail.com, Alamat: Jl. KH. Agus Salim,  
Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

## b) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi pada Gantungan kunci berupa logo industri. Bentuk dari gantungan kunci 1 bersifat landscape dan terdapat perpaduan antara bentuk lingkaran dan persegi panjang pada bentuk dasarnya. Sedangkan gantungan kunci 2 bersifat *portrait* dengan dominasi bentuk lingkaran, ilustrasinya juga berupa logo industri yang dicetak besar memenuhi area gantungan kunci.

## c) Tipografi

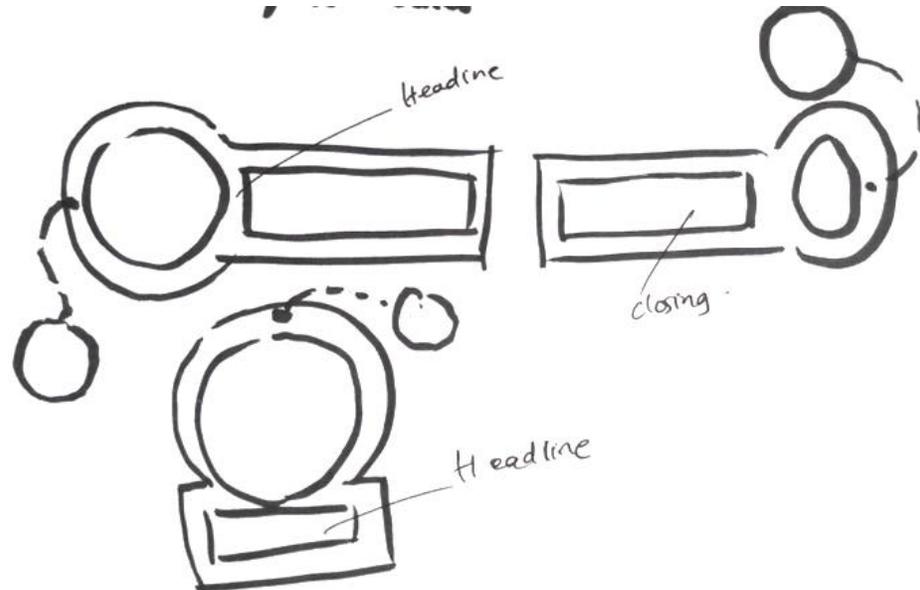
Tipografi yang digunakan untuk perancangan gantungan kunci yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic*.

## d) Warna

Pada perancang label ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70) dan Putih (C:0 M:0 Y:0 K:0)

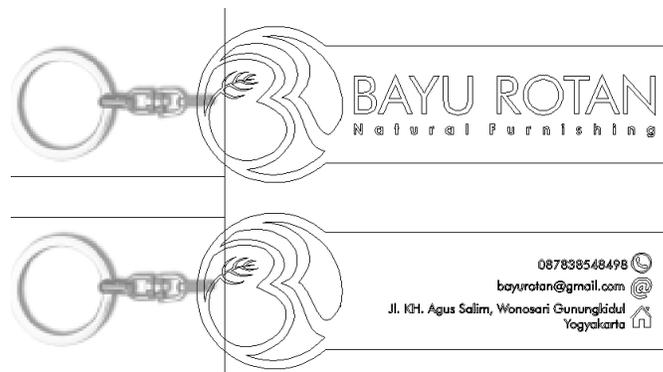
## e) Gantungan Kunci

- *Rough Layout* (Layout Kasar)

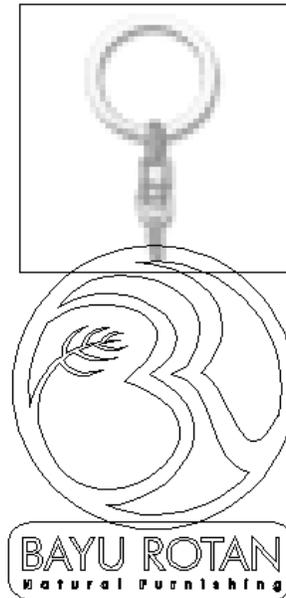


Gambar 86: ***Rough Lyout Gantungan Kunci 1 dan 2***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Comprehensive Layout* (Layout Lengkap)



Gambar 87: ***Comprehensive Layout Gantungan Kunci 1***  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 88: *Comprehensive Layout Gantungan Kunci 2*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Final Design (Desain Akhir)*



Gambar 89: *Desain Akhir Gantungan Kunci 1*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 90: **Desain Akhir Gantungan Kunci 2**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : Gantungan Kunci

Ukuran: 3cm x 12cm dan 6cm x 6cm

Format: *Landscape* dan *Potrait*

Bahan :*Akrilik* 2 mm

Keterangan:

a) Verbal:

Gantungan kunci 1

*Headline* : BAYU ROTAN (Logo)

*Closing Word* : Contact Person: Telp. 087838548498, email:

bayurotan@gmail.com, Alamat: Jl.KH.Agus Salim,

Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

Gantungan kunci 2

*Headline* : BAYU ROTAN (Logo)

a) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi pada Gantungan kunci berupa logo industri. Bentuk dari gantungan kunci 1 bersifat landscape dan terdapat perpaduan antara bentuk lingkaran dan persegi panjang pada bentuk dasarnya. Sedangkan gantungan kunci 2 bersifat *portrait* dengan dominasi bentuk lingkaran, ilustrasinya juga berupa logo industri yang dicetak besar memenuhi area gantungan kunci.

b) Tipografi

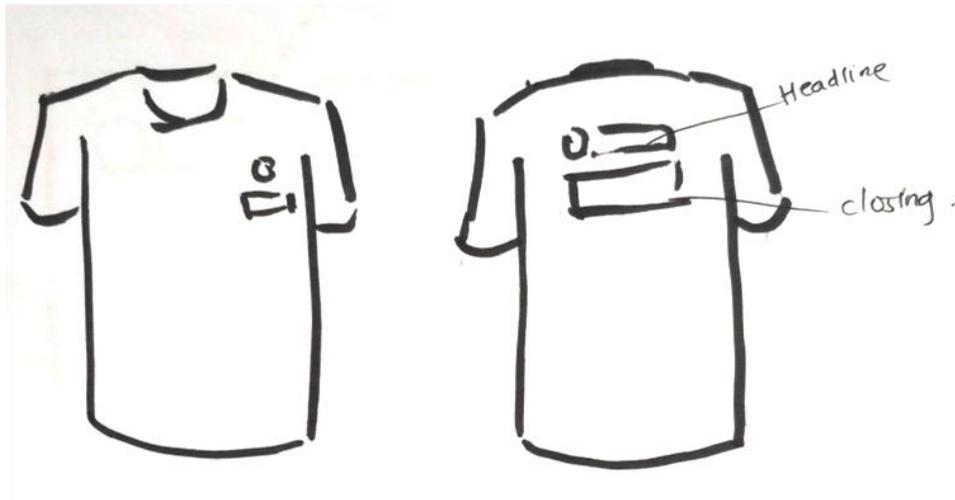
Tipografi yang digunakan untuk perancangan gantungan kunci yaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic*.

c) Warna

Pada perancang label ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0), Coklat (C:50 M:70 Y:100 K:70) dan Putih (C:0 M:0 Y:0 K:0)

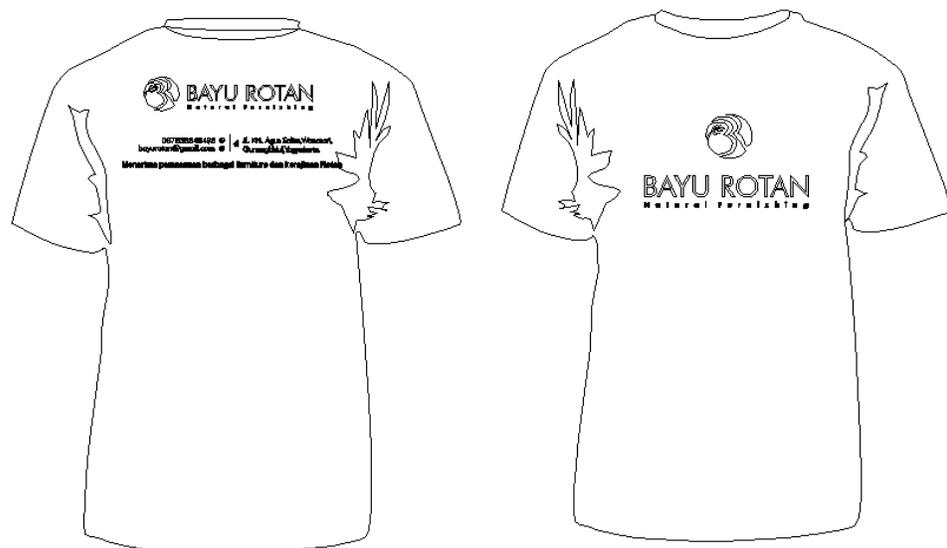
f) *T-Shirt*

- *Rough Layout* (Layout Kasar)



Gambar 91: *Rough Layout T-Shirt*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Comprehensive Layout* (Layout Lengkap)



Gambar 92: *Comprehensive Layout T-Shirt*  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- *Final Design* (Desain Akhir)



Gambar 93: **Desain Akhir T-Shirt**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Nama : *T-Shirt*

Ukuran: *All size*

Format :-

Bahan : *Cotton Combed*

Keterangan:

a) Verbal:

Depan :

- *Headline* : Bayu Rotan (logo)

Belakang :

- *Headline* : Bayu Rotan (logo)

- *Subheadline* : 087838548498, bayurotan@gmail.com, Jl. KH. Agus Salim,

Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta.

- *Closing Word* : Menerima berbagai pesanan furniture dan kerajinan rotan.

d) Visualisasi atau ilustrasi

Ilustrasi pada T-Shirt bagian depan dan belakang berupa logo industri.

e) Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan T-Shirtyaitu perpaduan antara *Futura Bk BT*, *Century Gothic* dan *Arial*.

f) Warna

Pada perancang label ini menggunakan perpaduan dari warna Kuning (C:13 M:32 Y:100 K:0) dan Putih (C:0 M:0 Y:0 K:0)

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

##### **1. Konsep**

Pada penulisan ini konsep perancangan Media Promosi Industri Kerajinan “Bayu Rotan” menggunakan perpaduan dua unsur yaitu alami dan modern. Kedua unsur tersebut dapat dilihat dari warna yang digunakan pada pembuatan media promosi yaitu memadukan warna kuning, hijau dan coklat sebagai warna identitas. Salain ketiga warna tersebut, kesan modern diperoleh dari gubahan daun rotan pada logo yang dibuat lebih sederhana namun tetap mengikuti perkembangan zaman.

Unsur alami dan modern merupakan representasi dari visi dan misi perusahaan yaitu menciptakan kerajinan dan *furniture* yang modern namun tetap mengedepankan bahan alami dalam pembuatan produknya. Pada pembuatan media promosi ini penulis menggunakan gaya desain yang tidak terlalu rumit namun terlihat menarik.

##### **2. Visualisasi**

Bentuk visualisasi dari logo Bayu Rotan merupakan perpaduan antara *logogram* dan *logotype* dimana *logogram* mengadopsi dari bentuk huruf B dan R serta terdapat ilustrasi daun rotan yang menjadi bagian dari huruf B dan *logotype* berupa tulisan Bayu Rotan. Pada penulisan ini menghasilkan enambelas media promosi dengan mengaplikasikan logo Bayu Rotan pada setiap media. Media tersebut

dibagi menjadi dua yaitu, media utama dan media pendukung. Media utama yaitu pembuatan Logo Industri, Brosur dan *Billboard*. Media pendukung meliputi Kop Surat, Amplop, Kartu Nama, Nota Pembayaran, Label harga sebagai *Stationery Set*, pembuatan Seragam Karyawan, Poster, *X-Banner*, *Transit Ad*, Gantungan Kunci dan *T-Shirt*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Londre, Larry Steven. 2009. “*Marketing, the Marketing Mix (4P’s), and the Nine P’s.*” Marketing, IMC, Advertising, Promotion, Media and More. Londre Marketing Consultants, LLC.
- Rahayu, Puji. 2011. Strategi Kelangsungan Usaha Industri Kerajinan Rotan di Sentra Industri Rotan di Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. *Skripsi S1*. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Susanto, Mikke. 2011. *Diksi Rupa: Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2005. Aplikasi Prinsip Gestalt pada Media Desain Komunikasi Visual. *Nirmana Vol. 7,1, hlm. 56-66*.
- Undang-Undang RI No. 5 Tahun 1984. *Tentang Perindustrian*.

### **Internet:**

Sumber: <http://www.kabarpelajar.com>, pada 14 Februari 2017, pukul 14.03

Sumber: <https://mohsinfancy.com/types-of-logo-and-its-impact/> , pada 13 Maret 2017, pukul 11.11

Sumber: <http://nivekstudios.com/5-logo-types/>, pada 13 Maret 2017 pukul 11.51

Diakses dari: [www.logobee.com](http://www.logobee.com) , pada 13 Maret 2017 pada 12.03

## LAMPIRAN 1

### DOKUMENTASI OBSERVASI



**Gambar 1: Surat Keterangan Usaha  
(Dokumentasi Pribadi)**



**Gambar 2: *Showroom* dan Tempat Produksi Industri Kerajinan “Bayu Rotan”  
(Dokumentasi Pribadi)**



**Gambar 3: Wawancara bersama pemilik Bayu Rotan**  
(Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 4. Proses Pengambilan Gambar**  
(Dokumentasi Pribadi)



**Gambar 5. Lokasi Industri**  
(Dokumentasi Pribadi)

**LAMPIRAN 2****SKETSA KASAR LOGO INDUSTRI KERAJINAN “BAYU ROTAN”****Gambar 1. Layout Kasar Logo**

(Dokumentasi Pribadi)

**LAMPIRAN 3**  
**MEDIA KELENGKAPAN PAMERAN**



**Gambar 1. Banner Pameran**  
(Dokumentasi Pribadi)

A name tag form with a yellow header and a dark brown body. The header contains the text 'Perancangan Media Promosi INDUSTRI KERAJINAN ROTAN BAYU Wonosari Gunungkidul Yogyakarta'. The form has three input fields: 'Nama Media', 'Format/Ukuran', and 'Bahan'. The BAYU ROTAN logo is at the bottom left.

**Gambar 2. Name Tag**  
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. Katalog Pameran  
(Dokumentasi Pribadi)



Gambar 4. X-Banner Pameran  
(Dokumentasi Pribadi)

**LAMPIRAN 4**  
**DOKUMETASI PAMERAN**







DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

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

FRM/FBS/32-00  
10 Jan 2011

Nomor : ISI/UN34.12/TU/SR/2017

Yogyakarta, 25 September 2016

Lampiran : -

Hal : Permohonan Ijin Survey/Obsevasi

Kepada Yth.

Wakil Dekan I

FBS UNY

Dengan hormat,

Menanggapi surat dari Saudara:

Nama : ANALIA RUSDIANA AFIAH No. Mhs. : 12206244031

Jur/Prodi : PENDIDIKAN SENI RUPA

Lokasi Penelitian : Industri Kerajinan "Bayu Rotan"

Judul Penelitian : Perancangan Media Promosi Industri  
Kerajinan "Bayu Rotan" Wonosari, Gunungkidul,  
Yogyakarta.

Berkaitan dengan hal itu, mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan menerbitkan Surat Ijin Observasi untuk penelitian atas nama mahasiswa tersebut diatas.

Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Hormat kami  
Ketua Jurusan Pend. Seni Rupa  
FBS UNY,

 Dwi Retno Sri Ambarwati, M.Sn.  
NIP. 19700203 200003 2 001