

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis kebutuhan akan teknologi komputer sekarang ini merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting. Banyak bisnis tidak terlepas dari teknologi komputer. Bahkan hampir semua bidang sekarang ini mulai menerapkan teknologi komputer dan pengembangannya. Salah satu contoh penggunaan teknologi komputer di dunia bisnis adalah penggunaan komputer dalam bidang desain grafis.

Desain grafis adalah suatu bentuk visual yang menggunakan media gambar untuk menyampaikan informasi dan pesan seefektif mungkin. Unsur desain grafis seperti teks dianggap sebagai gambar dikarenakan teks sendiri sering disebut simbol simbol untuk menerangkan makna sebuah hasil karya yang kita buat. Desain grafis merujuk kepada proses pembuatan, metode perancangan baik metode perancangan melalui konsep atau metode perancangan melalui metode teknis perancangan dan produk yang dihasilkan. Desain grafis pun mencakup kepada kemampuan seorang desainer dan keterampilan visual termasuk di dalamnya pemilihan tipografi, Ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar dan tata letak layout.

Desain grafis sangat berkaitan erat dengan perancangan karena perancangan sendiri adalah proses yang berlaku untuk pembuatan sebuah karya dengan menggunakan disiplin yang digunakan (disiplin ilmu Desain Grafis). Unsur-unsur yang di gunakan dalam ilmu Perancangan ialah unsur-unsur bentuk, tekstur, garis, ruang dan warna. Peralatan yang digunakan oleh desainer grafis untuk perancangan suatu karya adalah ide, akal, mata, tangan, alat gambar tangan, dan komputer. Sebuah konsep atau ide biasanya tidak dianggap sebagai sebuah desain sebelum direalisasikan atau dinyatakan dalam bentuk visual.

Perancangan desain grafis dengan bentuk visual kita ambil contoh dengan menggunakan media komputer. media komputer memungkinkan perancang untuk

melihat hasil dari tata letak atau perubahan tipografi dengan seketika tanpa menggunakan tinta atau pena, dan lebih praktis jika ada perubahan perancangan desain.

Seorang perancang grafis sebelum menggunakan media komputer pendesain menggunakan sketsa untuk mengungkapkan ide-ide yang kompleks secara cepat, dan setelah sketsa si perancang grafis memiliki kebebasan untuk memilih alat untuk menyelesaikannya, dengan tangan atau komputer.

2. Rumusan masalah

Masalah yang ada pada Suci Fotocopy adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana membuat Suci Fotocopy lebih dikenal di masyarakat luas baik itu di seputaran wilayah atau pun diluar wilayah Bangka Belitung, dan membuat Suci Fotocopy lebih dilirik dan menarik dimata umum dengan desain yang di buat oleh penulis.
- b. Bagaimana mendesain media yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan Suci Fotocopy

3. Tujuan Penulisan

Maksud yang ingin dicapai dalam penulisan laporan hasil Tugas Akhir (TA) ini adalah untuk mengembangkan pengetahuan penulis dalam bidang desain dengan cara membandingkan teori-teori yang diterima dalam mata perkuliahan dengan praktek kerja dan mendapatkan pengalaman kerja.

Adapun tujuan penulis adalah sebagai berikut :

- a. Agar dapat mengenal seluk beluk dunia kerja desain grafis.
- b. Mempelajari tahapan proses kerja dalam menghasilkan suatu desain yang baik.
- c. Mempelajari tahapan proses kerja dalam menghasilkan suatu desain yang baik.
- d. Memahami aspek manajemen desain yang efektif dan efisien dalam industri.
- e. Mengetahui proses perancangan baik teknis maupun konsep dengan digunakannya komputer grafis.

- f. Mengetahui bagaimana gagasan komunikasi diwujudkan dalam tata unguap visual pada rancangan produk cetakan dalam era komputerisasi ini.
- g. Mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh komputer grafis dalam proses kreasi desainer dalam mewujudkan gagasan perancangan.

4. Ruang lingkup/batasan masalah

Adapun masalah yang akan diteliti sehubungan dengan pengaruh komputer grafis terhadap tampilan produk cetakan dapat ditinjau dari relasi antara desain grafis sendiri sebagai dasar keilmuan yang mempelajari berbagai hal tentang komunikasi visual, dimana salah satunya adalah bagaimana menghasilkan suatu produk cetakan. Desainer sebagai manusia yang mengaplikasikan ilmu tersebut untuk menghasilkan karya produk cetakan. Komputer grafis sebagai alat yang digunakan oleh desainer dalam menghasilkan produk cetakan, serta produk cetakan sebagai hasil akhirnya (output).

Dari uraian di atas batasan masalah laporan Tugas Akhir (TA) ini adalah menganalisa pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan komputer grafis terhadap produk cetakan ditinjau pada aspek :

- a. Tata unguap visualnya.
- b. Proses kreasinya.
- c. Muatan pesan yang terkandung dalam tampilan produk cetakan tersebut.

Alasan pemilihan terhadap produk-produk cetakan yang akan diteliti tersebut, karena komputer grafis saat ini telah digunakan oleh hampir seluruh biro desain, biro periklanan, maupun desainer perorangan, dimana produk-produk cetakan yang dipilih merupakan hasil karya dari institusi-institusi tersebut.

5. Metode penelitian

Metode atau pendekatan yang dipergunakan penulis dalam pelaksanaan Tugas Akhir (TA) ini adalah metode deskriptif yaitu suatu metode yang mengusahakan penyajian, pengumpulan serta analisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai permasalahan yang ada dan

dihadapi secara nyata pada saat dilakukan pengamatan. Teknik pengumpulan data yang diambil untuk mendukung metode tersebut adalah:

a. Pengumpulan Data Primer

Metode Pengumpulan Data Primer adalah metode pengumpulan data yang pertama kali dilakukan pencatatan oleh peneliti. Adapun metode pengumpulan data primer yang digunakan penulis adalah:

1) Observasi

Observasi (Pengamatan), yaitu kegiatan mencermati langsung secara visual terhadap kondisi obyek penelitian. Observasi dilakukan setelah mencermati data sekunder serta memperoleh masukan dari berbagai narasumber. Pada metode ini dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai keadaan, suasana yang ada di Suci Fotocopy.

2) Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mencari data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada narasumber yang disebut informan. Pada metode ini tanya jawab dilakukan secara langsung dengan Karyawan Suci Fotocopy sebagai pihak yang dianggap mampu memberikan informasi secara mendetail mengenai data-data yang berhubungan Suci Fotocopy. Seperti data mengenai Biography Suci Fotocopy, Profile Suci Fotocopy, dan lain-lain yang berkaitan dengan Suci Fotocopy.

b. Pengumpulan Data Sekunder

Adalah pengumpulan data yang diperoleh dari pihak-pihak lain, artinya data tersebut tidak diusahakan sendiri pengumpulannya seperti macam-macam publikasi, biro statistik, dan sumber bacaan lain. Metode pengumpulan data sekunder yang dipakai penulis antara lain :

1) Kepustakaan

Metode ini menggunakan literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori-teori dan mempelajari peraturan-peraturan yang

berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan .

Pada metode ini penulis mempelajari berbagai literatur yang ada hubungannya dengan proses desain media komunikasi Visual untuk mempromosikan Suci Fotocopy dan data-data lain yang mendukung.

2) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi, bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah perancangan media promosi yang nantinya akan di transfer/dicatat . Metode ini dilakukan untuk mewakili Suci Fotocopy dan media-media promosi yang telah dimiliki sebagai bukti yang dapat dipertanggung jawabkan.

3) Internet

Secara harfiah, internet (kependekan dari *interconnected-networking*) ialah rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian. Manakala Internet ialah sistem komputer umum, yang terhubung secara global dan menggunakan TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) sebagai protocol pertukaran paket.

Melalui metode pengumpulan data lewat internet, kita bisa mendapatkan informasi sesuai dengan kata kunci yang kita ketik di kolom searching.

Dalam penyampaian sebuah pesan dalam sebuah promosi penulis menggunakan strategi *visual verbal* dan *non verbal* sebagai metode untuk menyampaikan sebuah promosi pada Suci Fotocopy untuk menarik pelanggan.

1. Isi Pesan

Isi pesan yang akan disampaikan adalah menginformasikan dan mempublikasikan kepada masyarakat bahwa telah hadirnya buku katalog mengenai tata rias fantasi.

2. Bentuk Pesan

a. Pesan Verbal

1) Bahasa

Bahasa merupakan salah satu bagian dari strategi visual verbal merupakan naskah iklan yang dipakai dalam perancangan setiap material promosi yang terdiri dari kepala berita atau judul atau headline, anak judul atau sub headline, body copy, dan slogan atau key word yang semuanya itu memperjelas satu sama lain. Strategi visual verbal disini terutama digunakan pada perancangan dalam visual promotion dan merchandising.

2) Kepala berita atau judul atau headline

Headline merupakan bagian terpenting dari suatu iklan, yang biasa dipakai sebagai penangkap perhatian utama. Salah satu kunci keberhasilan suatu iklan adalah *headline* yang cukup menarik perhatian. Karena fungsi *headline* itu sendiri adalah untuk menarik perhatian para pembaca dengan cepat dan berusaha menarik perhatian khalayak untuk terus menikmati.

3) Anak Judul atau *sub headline*

Anak judul atau *sub headline* adalah jembatan penghubung antara *headline* dengan *body text* dan digunakan untuk lebih memperjelas *headline* secara singkat. *Sub headline* digunakan apabila kalimat dalam *headline* cukup panjang, sehingga kurang efektif. Apabila *headline* sudah memiliki kemampuan menarik perhatian membaca *body text*, maka *sub headline* tidak diperlukan lagi.

4) Teks inti atau *body copy*

Body copy merupakan penjelas dari apa yang tertulis dalam *headline* sampai diperkirakan pembaca sudah mampu untuk memahaminya. Sehingga perlu dibuat yang komunikatif dan efektif.

b. Pesan Non Verbal

1) Ilustrasi

Ilustrasi akan menggunakan ilustrasi fotografi. Merupakan cara visualisasi yang sangat efektif guna menarik perhatian masyarakat.

2) Tipografi

Tipografi adalah kajian ilmu yang mempelajari macam-macam bentuk dan jenis huruf. Setiap bentuk jenis huruf mencerminkan suatu sikap, pembawaan, atau karakteristik yang berbeda. Selain sebagai alat tulis baca dalam dunia desain komunikasi visual, pemilihan huruf yang tepat dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan agar lebih berarti.

Tipografi yang baik haruslah mengarah pada keterbacaan dan kemenarikan serta desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya atau style dan karakter atau menjadi karakteristik subjek yang diiklankan.

Pemilihan tipografi yang digunakan dalam karya fotografi desain dan media promosi ini menggunakan font jenis Sans Serif dan dekoratif untuk mempermudah untuk dibaca dan memperkuat kesan yang ingin ditampilkan dalam setiap layout dalam buku katalog serta media promosi.

Colonna MT

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Inter

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Impact

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt

Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

3) Warna

Warna adalah pelengkap dari suatu bentuk serta merupakan salah satu unsur dalam menambah daya tarik visual. Warna merupakan unsur yang penting karena warna merupakan bahasa komunikasi tersendiri yang disampaikan melalui penglihatan. Permainan warna dapat menentukan menarik atau tidaknya suatu iklan, apalagi bila permainan atau penggunaan warna dalam suatu iklan dapat menimbulkan kesan unik dan *eye catching*, karena setiap individu memiliki reaksi yang berbeda terhadap warna. Untuk itu warna dalam perancangan ini dibuat dengan pertimbangan:

- a) Warna harus mampu menjadi daya tarik utama dalam satu komposisi desain.
- b) Warna harus mendukung penampilan dan membantu menonjolkan keindahan-keindahan.
- c) Warna harus dapat menarik perhatian bagi semua orang yang melihatnya.

Fungsi warna sangat mempengaruhi faktor psikologis tertentu terhadap *audience*. Selain itu juga membangkitkan simbolisasi suasana dari tema yang diangkat.

Pemilihan komposisi warna didasarkan pada :

- a) Menjadi daya tarik tersendiri dalam karya desain tersebut.
- b) Menampilkan karakteristik visual sesuai tema.
- c) Dapat menyampaikan makna pesan dalam karya.

Warna Respons Psikologis yang mampu ditimbulkan

Merah : Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.

Biru	: Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
Hijau	: Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan.
Kuning	: Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujur/kecurangan, pengecut, penghianatan.
Ungu	: Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak arogan.
Orange	: Energi, keseimbangan, kehangatan.
Coklat	: Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-abu	: Intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
Putih	: Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, innocent (tanpa dosa), steril, kematian.
Hitam	: Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakhahagiaan, keanggunan.

4) Layout

Layout adalah menyusun/mengatur bidang-bidang pada grafis untuk memperoleh komposisi yang tepat serta mempunyai daya persuasi yang tepat serta mempunyai daya persuasi yang tinggi. Penempatan ilustrasi, tipografi baik penempatan maupun ukurannya ditentukan oleh layout. Layout merupakan pondasi dalam karya desain grafis.

Menyusun layout iklan adalah pekerjaan yang sangat menentukan. Sebuah ide, *copywrite*, ataupun elemen-elemen iklan yang bagus akan gagal bila disusun dan disajikan dengan layout yang kurang tepat. Oleh karena itu, kenalilah beberapa model layout iklan cetak yang masih diikuti hingga sekarang. Beberapa contoh tipikal metode layout

iklan adalah sebagai berikut:

a. Axial



Elemen-elemen iklan diletakkan berdasarkan sebuah sumbu yang diletakkan pada posisi tertentu di ha laman iklan. Pada metode ini akan banyak ditampilkan bidang kosong.



Gambar 1.1

Model iklan dengan layout Axial.

b. Group



Menggunakan sejumlah elemen berupa foto yang diletakkan berkelompok dalam suatu titik konsentrasi pandang di halaman iklan,

Tujuan adalah untuk memberikan satu pusat perhatian.



Gambar 1.2

Model iklan dengan layout group

c. Band



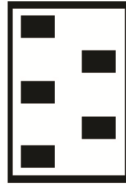
Elemen iklan dipasang membentang seperti sabuk, tetapi letaknya membujur secara vertikal. Tipikal tersebut memberikan blocking materi setinggi halaman iklan.



Gambar 1.3

Model iklan dengan layout band

d. Path



Model ini menyebabkan materi, baik berupa foto maupun teks secara zig-zag seluas halaman iklan. Secara estetika, model itu membuat mata pembaca cepat lelah, tetapi dalam trik tertentu halaman iklan itu mendapatkan perhatian merata pada permukaan halaman.



Gambar 1.4

Model iklan dengan layout path

e. T



Walaupun ini termasuk model lama yang sudah kuno tetapi ternyata model itu masih banyak yang menggunakan karena dirasa masih efektif.



Gambar 1.5

Model iklan dengan layout T

f. Z



Ide penggunaan model ini adalah untuk meratakan perhatian di seluas permukaan halaman. Biasanya model ini digunakan dalam iklan- iklan ber-scrip latin yang dibaca dari kiri ke kanan.



Gambar 1.6

Model iklan dengan layout Z

g. S



Metode layout iklan ini kebalikan dari Z dan dipergunakan bagi pembaca yang menggunakan huruf non latin misalkan bahasa atau huruf Arab.



Gambar 1.7

Model iklan dengan layout S

h. U



Elemen iklan dipasang mengikuti bentuk huruf U.



Gambar 1.8

Model iklan dengan *layout* U

i. Grid/Sistem Kolom

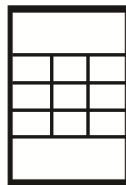


Model ini mirip dengan Axial, tetapi ukuran dan letak elemen lebih memenuhi bidang iklan sehingga tidak banyak bidang kosong.



Gambar 1.9
Model iklan dengan *layout Grid*

j. Checkerboard/Papan Catur



Model yang memasang elemen-elemen gambar/foto secara rapi menyerupai kotak-kotak papan catur. Model ini cocok dipergunakan untuk iklan yang memiliki banyak elemen foto yang serupa.



Gambar 1.10

Model iklan dengan *layout Checkerboard*

6. Sistematika penulisan

Penulisan Laporan Tugas Akhir (TA) ini, pembahasan dan penjelasannya dibagi menjadi 5 bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, ruang lingkup/batasan masalah, metode penelitian serta menjelaskan tentang sistematika penulisan.

BAB II : ORGANISASI DAN TEKNOLOGI

Bab ini memuat tentang tinjauan organisasi, *spesifikasi* teknologi *hardware* dan spesifikasi teknologi *software*.

BAB III : ANALISIS

Dalam bab ini memuat tentang objek penelitian, analisis objek,

proposal konsep desain dan konsep desain ajuan mengenai material dan biaya.

BAB IV : IMPLEMENTASI DESAIN

Dalam bab ini menguraikan tentang implementasi bentuk design.

Berupa gambaran tentang desain apa yang telah dibuat yang nantinya akan dicetak dalam bentuk nyata.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini memuat kesimpulan dan saran yang diberikan penulis mengenai apa yang telah diteliti, serta lampiran.