

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Brosur adalah daftar barang atau benda yang disusun untuk tujuan tertentu. Katalog sebagai bentuk media publikasi memiliki segmentasi lebih sempit dan lebih terarah daripada brosur, maksudnya produk berorientasi pada segmen tertentu. Usia katalog jauh lebih panjang dari usia brosur. Katalog memiliki kedalaman isi yang jauh berbeda dengan brosur yang hanya menyajikan produk.

Ada banyak cara untuk memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat umum. Salah satunya adalah dengan mempromosikan perusahaan dengan berbagai macam cara, kali ini penulis akan mempromosikannya Air Minum isi ulang fresh dalam bentuk katalog dan beberapa *stationary*. Dalam pembuatan katalog itu harus mempunyai *cover* dan *layout* yang menarik, dan adapun pengertian dari *cover* itu sendiri adalah sampul atau bagian depan sebuah katalog (atau bentuk media publikasi *multipage design* lainnya) yang harus didesain dengan unsur-unsur dapat menarik perhatian masyarakat umum dan *cover* adalah bagian inti yang dapat menggambarkan secara sekilas dari isi sebuah publikasi *multipage design* tersebut.

Dan pengertian dari *layout* itu sendiri adalah *setting* tata letak. Dan yang kami ketahui *layout* itu ada beberapa macamnya:

- a. *Mondrian Layout* – Mengacu pada konsep seorang pelukis Belanda bernama Piet Mondrian, yaitu: penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk *square/landscape/portait*, dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian dan memuat gambar/*copy* yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.
- b. *Multi Panel Layout* – Bentuk media informasi dimana dalam satu bidang penyajian dibagi menjadi beberapa tema visual dalam bentuk yang sama (*square/double square* semuanya) .

- c. *Picture Window Layout* – Tata letak iklan dimana produk yang diiklankan ditampilkan secara *close up*. Bisa dalam bentuk produknya itu sendiri atau juga bisa menggunakan model (*public figure*).
- d. *Copy Heavy Layout* – Tata letaknya mengutamakan pada bentuk *copy writing* (naskah) atau dengan kata lain komposisi *layout* nya didominasi oleh penyajian teks (*copy*).
- e. *Frame Layout* – Suatu tampilan media informasi dimana *border/bingkai/frame*-nya membentuk suatu naratif (mempunyai cerita).
- f. *Silhouette Layout* – Sajian media informasi yang berupa gambar ilustrasi atau tehnik fotografi dimana hanya ditonjolkan bayangannya saja. Penyajian bisa berupa *Text- Rap/warna spot color* yang berbentuk gambar ilustrasi atau pantulan sinar seadanya dengan tehnik fotografi.
- g. *Type Specimen Layout* – Tata letak media informasi yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf dengan *point size* yang besar. Pada umumnya hanya berupa *Head Line* saja.
- h. *Jumble Layout* – Penyajian media informasi yang merupakan kebalikan dari *sircus layout*, yaitu komposisi beberapa gambar dan teksnya disusun secara teratur.
- i. *Grid Layout* – Suatu tata letak media informasi yang mengacu pada konsep *grid*, yaitu desain media informasi tersebut seolah-olah bagian perbagian (gambar atau teks) berada di dalam skala *grid*.
- j. *Bleed Layout* – Sajian media informasi dimana sekeliling bidang menggunakan *frame* (seolah-olah belum dipotong pinggirnya). Catatan: *Bleed* artinya belum dipotong menurut pas cruiss (utuh) kalau *Trim* sudah dipotong.
- k. *Vertical Panel Layout* – Tata letaknya menghadirkan garis pemisah secara *vertical* dan membagi *layout* media informasi tersebut.
- l. *Alphabet Inspired Layout* – Tata letak media informasi yang menekankan pada susunan huruf atau angka yang berurutan atau membentuk suatu kata dan diimprovisasikan sehingga menimbulkan kesan narasi (cerita).

- m. *Angular Layout* – Penyajian media informasi dengan susunan elemen visualnya membentuk sudut kemiringan, biasanya membentuk sudut antara 40-70 derajat.
- n. *Informal Balance Layout* – Tata letak media informasi yang tampilan elemen visualnya merupakan suatu perbandingan yang tidak seimbang.
- o. *Brace Layout* – Unsur-unsur dalam tata letak media informasi membentuk *letter L (L-Shape)*. Posisi bentuk L nya bisa terbalik, dan dimuka bentuk L tersebut dibiarkan kosong.
- p. *Two Mortises Layout* – Penyajian bentuk media informasi yang penggarapannya menghadirkan dua *insert* yang masing-masing memvisualkan secara deskriptif mengenai hasil penggunaan/detail dari produk yang ditawarkan.
- q. *Quadran Layout* – Bentuk tampilan media informasi yang gambarnya dibagi menjadi empat bagian dengan *volume/isi* yang berbeda. Misalnya kotak pertama 45%, kedua 5%, ketiga 12%, dan keempat 38%. (mempunyai perbedaan yang mencolok apabila dibagi empat sama besar).
- r. *Comic Strips Layout* – Penyajian media informasi yang dirancang secara kreatif sehingga merupakan bentuk media komik, lengkap dengan *captions* nya.
- s. *Rebus Layout* – Susunan layout media informasi yang menampilkan perpaduan gambar dan teks sehingga membentuk suatu cerita.
- t. *De Stijl* – menggunakan bentuk segi-empat kuat dengan ciri warna-warna dasar dan menggunakan komposisi asimetris yang saling berkesinambungan dan kadang memiliki makna pengulangan.

Penulis menggunakan konsep *de Stijl* karena menurut penulis konsepnya sangat simpel *modern*, selain itu karena katalog yang penulis buat target *audient* adalah Konsumen Depot Air minum isi ulang fresh jadi Katalog ini termasuk katalog biasa. Untuk pemilihan warna kami menggunakan prinsip harmonisasi warna supaya lebih serasi dan menarik.

Saat ini penulis berusaha untuk membantu memperkenalkan Depot Air Minum isi ulang fresh katalog, serta beberapa *stationary* sebagai penunjang. Dengan cara ini orang akan lebih tertarik untuk melihat dan mengenal Depot Air minum isi ulang fresh. tentu saja dengan tampilan yang tepat, sesuai, dan dapat menarik perhatian banyak orang.

Penulis akan memberikan tampilan yang berbeda dalam katalog yang akan kami buat. Mulai dari penggunaan warna, penempatan teks, dan lain-lain. Karena setiap warna mempunyai arti tersendiri, selain itu warna juga memegang peranan sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat mengenai sesuatu. Selain itu dalam penempatan teks dengan *typografy* yang merupakan seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia agar katalog yang penulis buat tidak terlihat monoton.

Beberapa contoh arti warna, seperti putih sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya. Abu-abu merupakan warna yang paling netral dengan tidak adanya sifat atau kehidupan spesifik. Merah bersifat menakutkan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif. Kuning dengan sinarnya wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan sesuatu. Biru sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu, sifat yang tak terhingga dan *transcendent*, disamping itu memiliki sifat tantangan. Hijau mempunyai sifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.

Dalam pembuatan katalog ini kami akan menggunakan beberapa *software* yang menunjang dalam pembuatan projek kami ini. *Software* yang kami gunakan adalah *Adobe Photoshop CS3*.

2. Rumusan Masalah

Penulis mengambil pembahasan mengenai bagaimana cara untuk lebih memperkenalkan Depot Air minum isi ulang fresh kepada masyarakat umum. Yaitu dengan cara mempublikasikan Depot Air minum fresh dengan membuat media promosi dalam bentuk katalog yang berisikan mengenai

bidang usaha yang dijalani, serta membuat beberapa *stationary* untuk lebih memperkenalkan Depot Air minum isi ulang fresh.

Adapun permasalahan yang timbul dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana cara mendesain katalog yang akan kami buat semenarik mungkin mulai dari penggunaan warna, penempatan teks, *layout* dan lain-lain agar dapat menarik dan tidak terlihat membosankan ketika orang melihat dan membacanya?
- b. Bagaimana mendesain media yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan Depot Air minum isi ulang fresh ?

3. Tujuan Penulisan

Tujuan Tugas Akhir (TA) yang penulis lakukan di atas ingin dapat mencari solusi untuk memperbaiki sistem yang ada dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah penulis pelajari diperkuliahan di dalam dunia kerja serta agar mahasiswa mendapatkan pengalaman yang lebih luas.

Berdasarkan pemikiran tersebut, penulis berencana akan membuat media promosi Depot Air minum isi ulang fresh dalam bentuk media cetak, serta beberapa *stationary* yang tentunya akan sangat membantu untuk lebih memperkenalkan Depot Air minum isi ulang fresh.

4. Batasan Masalah

Agar pembahasan Tugas Akhir Desain Publikasi Promosi Pada Depot Air Minum Isi Ulang Fresh ini tidak terlalu luas maka permasalahan yang dibahas meliputi bagaimanakah proses mendesain media komunikasi visual Depot Air minum isi ulang fresh mulai dari proses perancangan dan perwujudannya.

5. Metode Penelitian

Dalam penulisan Tugas Akhir (TA) ini, penulis menggunakan berbagai metode yang digunakan yaitu :

- a. Studi Lapangan

Tentang usaha penjualan yang bergerak dibidang perdagangan, umum dalam bentuk cetak berupa pengoperasian *software*, *hardware*, dan hasil produk jadi berupa *paper bag*, *tag name*, dll.

b. Teori praktek tipikal metode *layout* iklan

1) AXIAL



Elemen iklan diletakkan berdasarkan sebuah sumbu yang diletakkan pada posisi tertentu di halaman iklan, dan pada metode ini akan ditampakkan banyak bagian yang kosong.

2) GROUP



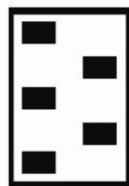
Layout ini menggunakan sejumlah elemen berupa foto yang diletakkan berkelompok dalam satu titik konsentrasi pandang pada halaman iklan karena bertujuan untuk satu pusat perhatian.

3) BAND – BAND



Elemen iklan dipasang membentang seperti sabuk tapi letaknya membujur *vertical* dan memblocking materi setinggi halaman iklan.

4) PATH



Metode ini menyebar materi, baik berupa foto teks secara zigzag seluas halaman iklan.

5) T



Model kuno yang membentuk huruf T tetapi efektif dan masih banyak digunakan.

6) Z



Teknik ini adalah suatu meratakan perhatian diseluas permukaan halaman ini dan digunakan pada iklan baris latin yang dibaca dari kiri kekanan dengan permainan *typografi*.

7) S



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

8) U



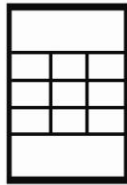
Metode iklan yang dipasang mengikuti huruf U

9) GRID/SISTEM KOLOM



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

10) CHECKBOARD/PAPAN CATUR



Metode yang memasang elemen-elemen gambar/foto secara rapi menyerupai kotak-kotak papan catur dan cocok digunakan untuk elemen raster sama atau foto-foto yang sama.

6. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan laporan ini terbagi dalam beberapa bab yang tersusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan penulisan TA yang berisikan latar belakang, tujuan penulisan, ruang lingkup/batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II ORGANISASI DAN TEKNOLOGI

Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori singkat tentang *hardware* dan *software* yang digunakan. Spesifikasi *hardware* dan *software* yang sudah dan akan digunakan. Teori singkat mengenai konsep desain yang disetujui dan hubungan antara *hardware* dan *software* pendukung yang sudah dan akan digunakan.

BAB III ANALISIS

Dalam bab ini akan dibahas mengenai objek penelitian yang berisi konsep *design*, *draft*, dan materi dari objek yang diteliti. Analisis objek yang berisikan analisis dari objek penelitian.

BAB IV IMPLEMENTASI DESAIN

Dalam bab ini dijabarkan mengenai implementasi bentuk desain. Berupa gambaran tentang desain apa yang telah dibuat yang nantinya akan dicetak dalam bentuk nyata.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdapat tentang kesimpulan dan saran yang diberikan penulis mengenai apa yang telah diteliti, serta lampiran.