



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERUMAHAN

SAPUTRA RAYA BATANG JAWA TENGAH

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)



Nama : Syarah
NIM : 10120210160
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2014

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarah

NIM : 10120210160

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERUMAHAN SAPUTRA RAYA BATANG JAWA TENGAH.

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 28 Januari 2014

Syarah

The logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is a large, light blue circle containing a stylized white building with several square windows. Below the logo, the letters "UMMN" are written in a large, bold, light blue, sans-serif font.

UMMN

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Perancangan Media Promosi Perumahan Saputra Raya

Batang Jawa Tengah

Oleh

Nama : Syarah

NIM : 10120210160

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 28 Januari 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Ardyansyah, S.Sn.,M.M.

Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto, S.Ds., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, karena tidak menutup kemungkinan di dalamnya terdapat berbagai kekurangan dan kesalahan kata, dikarenakan pengetahuan dan pengalaman penulis masih terbatas.

Namun demikian berkat adanya bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak secara tulus dan ikhlas, khususnya kepada:

1. Bapak Desi Dwi Kristanto selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ardyansyah, S.Sn., M.M. dan Bapak Jhony Nur Budi, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis.
3. Bapak Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. dan Bapak Zamzami Almakki, Spd.M.Ds selaku ketua sidang dan penguji.
4. Pihak Perumahan Saputra Raya yang sudah membantu memberikan informasi untuk memperoleh data yang dibutuhkan tentang Perumahan Saputra Raya.
5. Seluruh dosen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan saran dan komentar yang membangun tugas akhir ini.

6. Keluarga saya yang banyak membantu dalam memberikan dorongan serta motivasi agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat.
7. Teman-teman Universitas Multimedia Nusantara , yang membantu Tugas Akhir ini yaitu Nadia Clara, Risma Farah Gita, dan teman- teman Desain Grafis 2010 yang tidak disebutkan satu persatu.
8. Semua pihak yang turut membantu penulis dalam segala hal, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Tangerang, 28 Januari 2014

Syarah

UMMN

ABSTRAKSI

Perumahan Saputra Raya dibangun di Batang, Jawa Tengah oleh PT. Saputra Raya Mandiri yang memiliki target *audience* keluarga muda yang aktif, segmentasi menengah kebawah dan sangat memperhatikan kualitas. Kurangnya media promosi visual, dan masih tergolong perusahaan baru menjadi suatu alasan mengapa masih banyak orang yang tidak mengetahui perumahan Saputra Raya.

Dalam penelitian ini, penulis mencari data tentang perumahan Saputra Raya, dan kemudian diikuti dengan survei terhadap target. Dengan data ini penulis mendapat gambaran tentang Perumahan Saputra Raya di Batang, Jawa Tengah. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, penulis membuatkan solusi berupa perancangan media promosi untuk perumahan Saputra Raya. Media yang digunakan diantaranya, iklan koran, iklan majalah, *flyer*, brosur, *marketing kit*, seragam, dan *merchandise*.

Dengan media tersebut, penulis berharap agar perumahan Saputra Raya dapat lebih dikenal oleh *audience* di Batang, Jawa Tengah dan dapat meningkatkan penjualan.

Kata kunci : Perumahan, Saputra Raya, Media, Promosi, Perancangan

UMMN

ABSTRACT

Housing Saputra Raya is build in Batang, Central Java by PT. Saputra Raya Mandiri having target audience young family active, segmentation medium-sized go downstairs and regardful quality.Lack of compelling visual media campaign and still relatively new company to be a reason why there are many people who do not know what is housing Saputra Raya.

Write make a observation by searching information about housing Saputra Raya, and then surveying the right target. With this data the author gets an overview of the housing Saputra Raya in Batang, Central Java.As the result, the write decide to design promotion media for Saputra Raya, Including newspaper advertisement, magazine advertisement, flyers, brochures, marketing kit, uniforms, and merchandice.

With the media, The writer hope that it can helps Saputra Raya , to be known by the audience in Batang, Central Java and can will increase sales.

Keywords: housing, saputra raya, media, promotion, design

UMMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	I
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
1.6. Metode Pengumpulan Data	4
1.7. Metode Perancangan	4
1.8. Sistematika Perancangan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Desain Komunikasi Visual.....	9

2.1.1.	Prinsip Desain.....	10
2.2.	Elemen Desain	12
2.2.1.	Tipografi	15
2.2.2.	Tata Letak (<i>Layout</i>)	17
2.3.	Logo	17
2.4.	Elemen Media Cetak	18
2.5.	Fotografi.....	21

Foto menjadi salah satu elemen yang dapat di gunakan oleh serorang desainer untuk memperkuat makna dan pesan yang ingin di sampaikan menurut Yulian Ardiansyah (2009, Hlm.37-41) ada berbagai efek dan teknik untuk mendapatkan foto yang di inginkan diantaranya adalah *depth of field* dimana diafragma yang mengatur cahaya yang masuk dari lensa akan mempengaruhi hasil ketajaman suatu objek dari depan maupun belakang objek foto. Di dalam *depth of field* ada istilah tentang blur di mana objek-objek di luar zona ruang tajam depan atau belakang objek tersebut tidak fokus baik itu *foreground* maupun *background*. DoF memberikan efek pada foto sebagai berikut:

1. Ruang tajam akan memberikan kesan mendalam pada foto. 22
2. Ruang tajam yang luas dapat memberikan detail pada *foreground* maupun *background* sehingga cocok untuk foto pemandangan maupun arsitektur. 22
3. Jika ruang tajam yang sempit akan menonjolkan salah satu objek, biasanya dipakai untuk foto portrait..... 22
4. 22

2.5.1. Komposisi.....	22
Komposisi Yulian Ardiansyah (2009, Hlm.88-91) diartikan sebagai penempatan sebuah objek dalam sebuah bidang gambar dengan menggunakan komposisi yang tepat akan membuat sebuah ilusi yaitu <i>focus of interest</i> . Ada beberapa faktor yang mempengaruhi sebuah gambar yaitu:.....	
1. Warna.....	22
2. Bukaannya diafragma atau DoF.....	22
3. Jarak objek.....	22
4. Lensa yang digunakan.....	22
5. Pengaturan, atau penempatan objek pada gambar.....	22
Ada beberapa komposisi dalam fotografi diantaranya:.....	22
1. Komposisi statis dan dinamis.....	23
Komposisi Statis di mana objek tepat pada tengah-tengah bidang gambar, sedangkan komposisi dinamis penempatan objek secara asimetris memberikan kesan hidup dan dinamis.....	
2. Arah gerak.....	23
Ruang gerak sangat berpengaruh dalam pemaknaan sebuah gambar, kita bisa memberikan kesan dan momen-momen tertentu dalam sebuah gambar.....	
3. <i>Rule of third</i>	23
Komposisi ini sering digunakan dalam bidang gambar dibagi menjadi tiga bagian yang seimbang sama besar, proposional, horizontal maupun vertikal. Menarik garis khayal di atas bidang gambar tersebut, akan membuat empat titik perpotongan di mana salah satu titik tersebut ada objek yang ingin ditonjolkan.....	

2.6.	Promosi	23
2.6.1.	Media Promosi.....	25
2.7.	Teori <i>Gestalt</i>	28
2.8.	Komunikasi	29
2.8.1.	Pengertian Komunikasi.....	29
BAB III METODOLOGI		48
3.1.	Gambaran Umum	48
3.2.	Data	48
3.2.1.	Observasi	48
3.2.2.	Kuisoner.....	52
3.2.3.	Hasil Wawancara.....	57
3.2.4.	Analisi Kompetitor	58
3.2.5.	Analisi SWOT dan STP.....	61
3.3.	Media Promosi yang Disarankan	62
3.4.	<i>Mind Mapping</i>	63
3.5.	Konsep Kreatif	65
BAB IV PERANCANGAN.....		67
4.1.	Pengembangan Konsep	67
4.1.1.	Brainstroming	67
4.1.2.	Sketsa Perancangan	69
4.2.	Aplikasi Kreatif.....	73
4.2.1.	Media Plan	88

4.2.2. Budgeting.....	89
BAB V PENUTUP.....	91
5.1. Kesimpulan.....	91
5.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	XX
LAMPIRAN.....	XXII



UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan kerangka penulisan.....	7
Gambar 2. Colors	14
Gambar 3. Contoh typeface san serif.....	16
Gambar 4. Lokasi perumahan saputra raya.....	49
Gambar 5. Kantor pemasaran perumahan saputra raya	49
Gambar 6. Rumah tipe 36/72 m2.....	50
Gambar 7. Tahap pembangunan saputra raya.....	50
Gambar 8. Brosur saputra raya.....	51
Gambar 9. Plang nama saputra raya.....	51
Gambar 10. Baliho saputra raya.....	52
Gambar 11. Narasumber 1 (Amin Saputra)	57
Gambar 12. Narasumber 2 (Eca Puspita).....	58
Gambar 13. Perumahan Pesona griya batang.....	59
Gambar 14. Perumahan citra harmoni	60
Gambar 15. Mind mapping pertama	63
Gambar 16. Mind mapping media visual.....	64
Gambar 17. Referensi karya.....	68
Gambar 18. Sketsa kasar logo saputra raya	69
Gambar 19. Sketsa kasar iklan koran.....	69
Gambar 20. Sketsa iklan majalah.....	70
Gambar 21. Sketsa kasar flyer	70
Gambar 22. Sketsa kasar brosur.....	71

Gambar 23. sketsa kasar merchandice dan seragam	71
Gambar 24. Sketsa kasar kartu nama	72
Gambar 25. Sketsa kasar marketing kit.....	72
Gambar 26. Typeface microsoft new tai lue	73
Gambar 27. Typeface arial rounded MT bold.....	73
Gambar 28. Warna yang dipakai media promosi.....	74
Gambar 29. Proses pembuatan bentuk motif	75
Gambar 30. Logo saputra raya	75
Gambar 31. Proses pembuatan logo.....	76
Gambar 32. Final iklan koran.....	76
Gambar 33. Final iklan majalah	77
Gambar 34. Final flyer	78
Gambar 35. Final brosur (bagian luar).....	79
Gambar 36. Final brosur (bagian dalam)	79
Gambar 37. Final Kartu nama	80
Gambar 38. Kop surat	81
Gambar 39. Final map folder	82
Gambar 40. Final amplop standa	83
Gambar 41. Final amplop foli	84
Gambar 42. Final mug	85
Gambar 43. Final payung.....	85
Gambar 44. Final tote bag.....	86
Gambar 45. Final Seragam.....	87



UMN

DAFTAR TABEL

Table 1. Diagram kuisioner umur responden.....	52
Table 2 . Diagram kuisioner domisili responden	53
Table 3. Diagram kuisioner profesi responden	53
Table 4. Diagram kuisioner pengeluaran perbulan responden.....	54
Table 5. Diagram kuisioner media pilihan responden.....	54
Table 6. Diagram kuisioner pertimbangan saat membeli rumah	55
Table 7. Diagram kuisioner mengetahui perumahan saputra raya.....	55
Table 8. Diagram kuisioner keefektifan pemakaian media.....	56
Table 9. Perincian media plan.....	88
Table 10. Perincian budgeting media promosi perumahan Saputra Raya	90

UMMN