

**Perancangan Cerita Bergambar
1ST COCA COLA**



Karya Desain

Egit Sumekar

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI
DISAIN KOMUNIKASI VISUAL JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2007**

**Perancangan Cerita Bergambar
1ST COCA COLA**



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI
DISAIN KOMUNIKASI VISUAL JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2007**

Perancangan Cerita Bergambar
1ST COCA COLA



Karya Desain

Egit Sumekar.
NIM 011 1202 023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2007

Tugas Akhir Desain berjudul:

Perancangan Cergam "1st Coca Cola", diajukan oleh Egit Sumekar., NIM 0111202023, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal

13 Maret 2006 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota



Drs. Asnar Zacky.
NIP. 131474338

Pembimbing II/ Anggota



Drs. Baskoro Suryo Banindro.
NIP. 131996632

Cognate/ Anggota



Drs. Ant. Hendro Purwoko
NIP 131284654

Ketua Program Studi Desain
Komunikasi Visual/ Anggota



Drs. Lasimah, M.Sn.
NIP 131773135

Ketua Jurusan Desain/ Anggota



Drs. Ant. Hendro Purwoko
NIP 131284654



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Drs. Sukarman
NIP 130521245

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan petunjuk-Nya, Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan berbekal keterbatasan-keterbatasan pada diri penulis.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat akademis yang harus dilaksanakan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan sebagai hasil dari tugas akhir yang telah penulis lakukan dalam wujud karya.

Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **ALMAMATER** saya, tempat saya datang dan pergi membawa ilmu.
2. **Bapak Drs. Asnar Zacky.**, selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, yang telah banyak membantu dalam memberikan bimbingan dan masukan-masukan dalam pengerjaan tugas akhir ini dengan begitu intensifnya, dan memberikan ide dan gagasan dalam penyelesaian laporan tugas akhir.
3. **Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro.**, juga selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada saya, walaupun bekal ilmu pengetahuan saya sangat terbatas. Beliau juga telah banyak membantu dalam memberikan bimbingan dan masukan-masukan dalam pengerjaan tugas akhir saya ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Desain Komunikasi Visual, yang telah membekali diri saya dengan berbagai ilmu pengetahuan selama saya menuntut ilmu di kampus

tercinta ini. Semoga apa yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada saya dapat menjadi amal dan pahala bagi Bapak dan Ibu sekalian.

5. **Papi & Mami** serta **kakak-kakak** dan **adik-adik** ku tercinta, yang telah memberikan dorongan dalam penyelesaian tugas akhir ini, baik dalam bentuk material maupun spiritual.
6. Senioriku, **Sabri Chaniago** dan temanku **Kunto Adyasmoro** yang sering memotivasi dan sangat membantuku dalam pengerjaan tugas akhir ini.
7. **Mas Koko** yang membantuku dengan buku-buku koleksi pribadinya.
8. Teman-teman kuliahku khususnya angkatan 2001, atas dukungan dan bantuan kalian dalam bentuk apapun selama saya belajar bersama dengan kalian.
9. Saudara, sahabat sejatiku dunia-akhirat....**Alm Ilmi Soyanita**, aku bisa membayangkan kau tersenyum di Surga Nya.....
10. Sepupu-sepupuku seperjuangan, **Sylva** yang manis dan berbakat menjadi asisten ilustrator, **Waq labu (Hendri)** atas kritik dan saran yang sangat berarti..u are mr perfect!!.. **Ibee**, yang sangat baik dan sabar membantuku... **ikang**, **ical**, dan **Hafid** adik-adikku yang baik. **Putri Charlie** saudara sejiwaku, **bang Nen** kakak, saudara sekaligus teman yang sangat berjasa bagiku.
11. **Mamak Men** dan **Tante Er** yang sangat berjasa dan menjadi orangtua yang sangat baik dan perhatian selama aku di jogja, serta **Tante ika**, **Om Syam**, dan **Eyang Uti** atas tempat tinggalnya..mudah-mudahan kelak aku bisa membalas jasa dan segala kebaikan kalian...Amien...
12. **Keponakanku** yang lucu-lucu dan nakal.....
13. Anda yang telah sudi membaca hasil karya saya ini. Semoga bermanfaat untuk Anda.

14. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih untuk
Anda semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki beberapa kekurangan sehingga perlu disempurnakan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan dari siapapun juga.

Akhirnya penulis mohon maaf apabila ada kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Semoga tulisan ini dapat memberi manfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 11 Januari 2007

Penulis



Motto

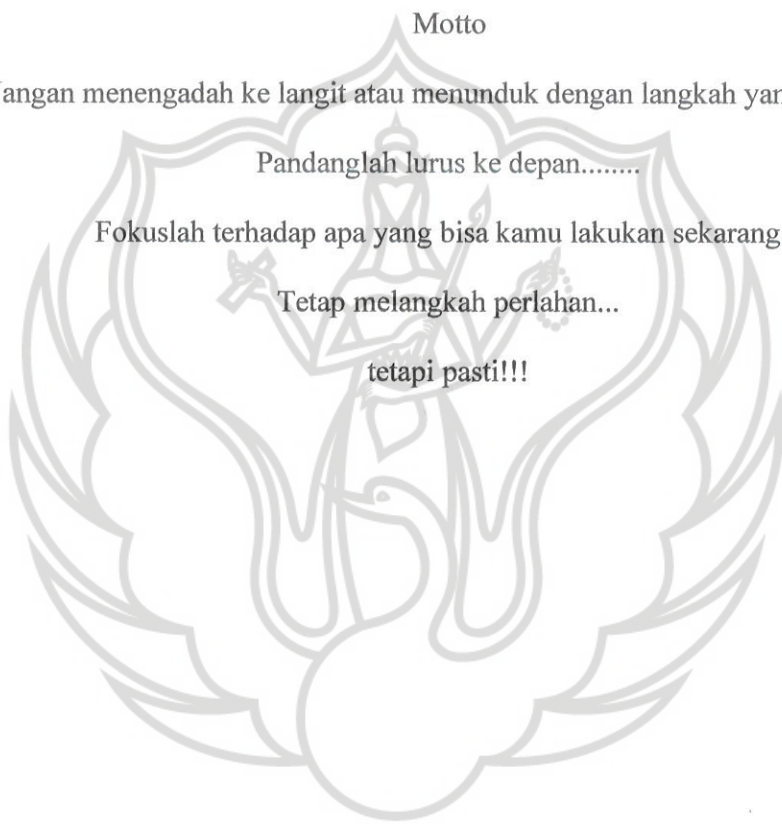
Jangan menengadah ke langit atau menunduk dengan langkah yang berat.....

Pandanglah lurus ke depan.....

Fokuslah terhadap apa yang bisa kamu lakukan sekarang...

Tetap melangkah perlahan...

tetapi pasti!!!



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Motto.....	vi
Daftar isi.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	1
C. Rumusan Masalah.....	2
D. Batasan Masalah.....	2
E. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	3
F. Metode Perancangan.....	3
G. Sistematika.....	4
H. Skema.....	7
BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	8
A. Identifikasi.....	8
1. Sejarah Coca Cola.....	8
1.1. Awal mula Coca Cola.....	8
1.2. Hukum di Atlanta.....	12
1.3. Merchandise 7X.....	13
1.4. Coca Cola Company.....	14
1.5. Pembotolan Coca Cola.....	19
a) Botol biederharn.....	19
b) Botol kontur.....	20
1.6. PENCEKALAN terhadap Coca Cola.....	21
1.7. Armada kendaraan bermesin.....	23
1.8. Pesaing Coca Cola.....	25
1.9. Perang dunia ke II.....	27
a) <i>Coca Cola its a real thing</i>	28
b) Coke.....	30
1.10. Aksi dari pesaing Coca Cola.....	33
a) <i>Diversifikasi</i>	34

b) <i>Food Coca Cola Divisions</i>	34
c) Coca Cola menggempur pasar minuman.....	35
d) Slogan Baru.....	36
e) <i>Coke is it!!</i>	39
1.11. Diet Coke dan New Coke.....	40
1.12. Rahasia Perusahaan.....	42
a) kembalinya Coca Cola klasik	44
b) Seratus tahun Coca Cola.....	45
c) <i>The official soft drink olympic</i>	46
1.13. Alamat Markas besar Perusahaan Coca Cola.....	48
a) Profil Perusahaan Coca Cola saat ini	49
b) Pesaing	49
c) Produk	49
d) Tahun penting dalam Perusahaan Coca Cola.....	50
1.14. Pengiklanan Coca-Cola.....	67
a) Sejarah Coca-Cola dalam iklan televise.....	68
i. Agency periklanan D'Arcy.....	68
ii. Agency periklanan Mccann.....	70
iii. <i>Refrigerator Man</i>	72
iv. <i>Look up America!!</i>	73
v. <i>Coke adds life</i>	74
vi. New Coke.....	76
vii. Agen iklan New York Based (SSC&B)	77
b) Beruang Kutub Dan Coca cola	78
c) Era Internasional di Zaman Millennium.	81
1.15 Perusahaan Coca Cola di indonesia.....	83
a) Iklan-iklan Coca Cola di indonesia.....	87
b) Hasil survey LPEM.....	91
2. Tinjauan perancangan	94
3. Tinjauan Tentang Buku Cerita Bergambar	94
3.1. 'Pengertian cerita bergambar.....	94
3.2. Sejarah cerita bergambar.....	95
3.3. Sejarah dan Perkembangan Buku Cerita Bergambar	

di Dunia.....	96
3.4. Sejarah dan perkembangan Buku Cerita Bergambar di Indonesia.....	101
3.5. Sejarah Cergam Indonesia.	103
4. Tinjauan Tentang Gaya Besar Cergam Dunia	103
4.1. Gaya Cergam Eropa.....	106
4.2 Gaya Cergam Amerika.....	107
4.3 Gaya Cergam Jepang	109
4.4 Gaya Cergam Indonesia.....	110
B. Analisis.....	113
1 Hakekat Cergam.....	113
1.1 Hakekat Mendongeng dan Gaya Mendongeng.....	113
1.2 Hakekat Mendongeng melalui Bahasa Gambar.....	114
1.3 Hakekat Mendongengkan suatu lintasan sejarah.....	116
2 Analisis mendasar tentang unsur-unsur Pokok Cergam.....	117
2.1. Tema/Judul, synopsis, storyline.....	117
2.2. Synopsis.....	118
2.3. Story Line.....	118
2.4. Gaya Gambar	118
2.5. Gaya Lay Out	126
2.6. Gaya Goresan.....	127
BAB III. KONSEP PERANCANGAN.....	129
A. Tujuan Perancangan.....	129
1. Deskripsi tema.....	129
2. Sinopsis Cerita.....	130
3. Story Line.....	131
4. Deskripsi arah bentuk.....	150

B. Strategi Kreatif.....	154
1. Target audience.....	154
2. Isi Pesan.....	154
C. Pendekatan Kreatif.....	155
1. Deskripsi Cerita.....	155
2. Deskripsi Gambar.....	155
2.1. Format Perancangan.....	155
2.2. Lay Out.....	155
2.2.1. Gaya gambar.....	155
2.2.2. Gaya goresan.....	156
2.2.3. Teknik pewarnaan.....	156
BAB IV. STUDI VISUAL DAN PERANCANGAN.....	158
A. Data Visual.....	158
B. Studi Karakter.....	163
C. Studi Tipografi.....	167
D. Studi Ilustrasi.....	172
E. Studi Pakaian.....	175
F. Studi Arsitektur.....	177
G. Studi Industri dan Produksi.....	180
H. Studi Warna.....	187
I. Studi Arsir.....	188
J. Sket.....	190
K. Lay out sampul cergam.....	193

L.	Lay out halaman cergam.....	195
M.	Final Desain.....	197
N.	Studi Poster.....	231
O.	Studi katalog.....	233
BAB V.	PENUTUP.....	235
A.	KESIMPULAN.....	235
B.	DAFTAR PUSTAKA.....	237



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Coca Cola atau Coke adalah sebuah merek minuman Cola yang sangat populer, dijual di berbagai restoran, toko, dan mesin penjual otomatis di seluruh dunia. Produsen dari minuman ini adalah Perusahaan Coca Cola atau biasa disebut The Coca Cola Company.

Awalnya, Coca-Cola dibuat sebagai minuman obat oleh John Stith Pemberton pada akhir abad ke-19 yang kemudian ditangani oleh tokoh-tokoh penting seperti Asa Griggs Candler, Robert W. Woodruff, dan Roberto Goizueta yang dengan pemasaran agresifnya bisa membuat Coca Cola mendominasi pasar minuman ringan dunia.

Banyak hal-hal yang bernilai historis dan berharga dalam kisah tentang munculnya minuman bersoda ini, sehingga menarik untuk dijadikan topik dalam rancangan cerita bergambar.

B. Identifikasi Masalah

Beberapa hal yang menjadi latar belakang masalah sehingga diperlukannya perancangan cergam 1st Coca Cola adalah sebagai berikut :

1. Sebagian besar masyarakat belum banyak yang mengetahui siapa dan bagaimana minuman Coca Cola diciptakan, yang diinformasikan melalui bentuk rancangan cerita bergambar kepada masyarakat tentang awal



penemuan Coca Cola sebagai minuman bersoda yang begitu populer dan banyak diminati oleh masyarakat.

2. Mempromosikan Coca Cola secara tidak langsung dalam bentuk visualisasi komunikasi visual yang berbeda, yaitu melalui rancangan cerita bergambar yang disebar / dipublikasikan kepada masyarakat.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana agar perancangan cergam yang akan dibuat menjadi sebuah karya yang menarik serta menghibur, juga dapat menyampaikan nilai – nilai moral, sosial, dan komersial melalui bahasa gambar dengan pendekatan historis.
2. Bagaimana agar perancangan cergam 1st Coca Cola ini dapat dijadikan sebagai buku pengetahuan terhadap sejarah munculnya minuman Coca Cola yang sudah sangat terkenal didunia.
3. Bagaimana perancangan cergam ini dapat menumbuhkan minat Target Audience terhadap minuman Coca Cola.

D. Batasan Masalah

1. Sejarah yang divisualkan dibatasi dengan penemuan minuman Coca Cola dan awal berdirinya Coca Cola Company hingga minuman ini mendunia.
2. Cerita yang divisualkan merupakan kisah dan tokoh dari penemu Coca Cola untuk memudahkan dalam pengilustrasiannya.

- b. Data visual digunakan sebagai data yang memuat dokumentasi tentang fakta yang terjadi dalam sejarah perjalanan Coca Cola, Data visual akan diambil dari buku-buku sejarah tentang Coca Cola, serta referensi online yang terkait dengan topik.

G. Sistematika

BAB I. PENDAHULUAN

- A. Latarbelakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan masalah.
- D. Batasan Masalah.
- E. Tujuan dan manfaat perancangan
- F. Metodeologi Perancangan
- G. Sistematika Perancangan
- H. Skema Perancangan

BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. IDENTIFIKASI

1. Sejarah Coca Cola.
2. Tinjauan Perancangan.
3. Tinjauan tentang gaya besar cergam dunia.

E. Tujuan dan Manfaat Perancangan

1. Menjadikan perancangan cergam yang akan dibuat menjadi sebuah karya yang menarik serta menghibur, juga dapat menyampaikan nilai-nilai moral, sosial, dan komersial melalui bahasa gambar.
2. Agar perancangan cergam 1st Coca Cola ini dapat dijadikan sebagai buku pengetahuan terhadap sejarah munculnya minuman Coca Cola yang sudah sangat terkenal di dunia.
3. Menjadikan perancangan cergam ini untuk menumbuhkan minat target audience terhadap minuman Coca Cola dengan harapan dapat meningkatkan penjualan minuman Coca Cola.

F. Metode Perancangan

1. Data yang diperlukan:
 - a. Data verbal dan visual yang berkaitan dengan minuman Coca Cola, seperti sejarah munculnya minuman ini untuk pertama kali, penyebarannya serta perkembangannya di dunia.
 - b. Data yang berhubungan dengan Coca Cola sebagai salah satu minuman terkenal di dunia dan perkembangannya dalam dunia periklanan.
2. Metode Pengumpulan data
 - a. Data verbal digunakan sebagai data yang menyangkut tentang hal-hal teoritis, seperti sejarah, cara pembuatan, maupun pengetahuan teoritis. Data verbal akan diambil dari kajian pustaka, berupa buku-buku, teori, ilustrasi, ensiklopedi, buku sejarah, dan referensi online.

B. ANALISIS

1. Hakekat cergam
 - a) Hakekat mendongeng dan gaya mendongeng
 - b) Hakekat mendongeng melalui bahasa gambar
 - c) Hakekat mendongengkan suatu lintasan sejarah
2. Analisis mendasar tentang unsur-unsur pokok cergam
 - a) Tema/judul,sinopsis,storyline
 - b) Gaya gambar, gaya desain/layout, gaya goresan

BAB III. KONSEP PERANCANGAN

A. TUJUAN PERANCANGAN

1. Deskripsi tema,synopsis cerita
2. Deskripsi arah bentuk:
 - a) Rancangan baru

B. STRATEGI KREATIF

1. Target audience
2. Isi pesan

C. PENDEKATAN KREATIF

1. Deskripsi Cerita
2. Deskripsi gambar

BAB IV. VISUALISASI

- A. Data visual
- B. Studi Karakter
- C. Studi Tipografi
- D. Studi Ilustrasi

E. Studi Pakaian

F. Studi Arsitektur

G. Studi Industri : Produksi, pabrik, bentuk botol, mobil

H. Studi Warna

I. Studi Arsir

J. Sket

K. Lay out halaman Cergam

L. Lay out sampul cergam

M. Studi poster

N. Studi Katalog

BAB V. PENUTUP

A. KESIMPULAN DAN SARAN

B. DAFTAR PUSTAKA

I. Skema

