

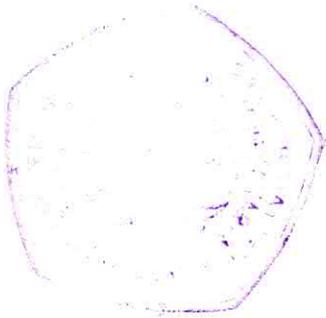
2581 /DK /99

22-7-99

**STUDI TENTANG PRINSIP-PRINSIP DESAIN
TRANSIT ADVERTISING PADA MOBIL BOKS
DI WILAYAH KOTAMADYA YOGYAKARTA**



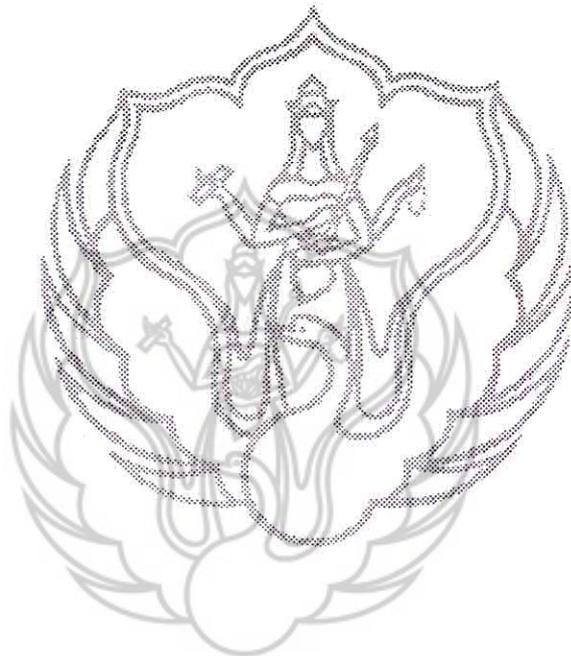
KT009142



SKRIPSI
oleh
SURATMAN
NIM: 9010457023

Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain Fakultas seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1999

**STUDI TENTANG PRINSIP-PRINSIP DESAIN
TRANSIT ADVERTISING PADA MOBIL BOKS
DI WILAYAH KOTAMADYA YOGYAKARTA**



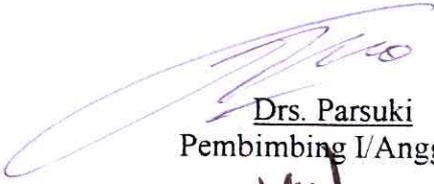
Oleh:

SURATMAN
NIM: 9010457023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang
Disain Komunikasi Visual

1999

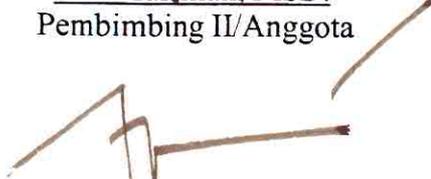
Tugas Akhir ini telah diterima oleh tim penguji Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta , Maret 1999



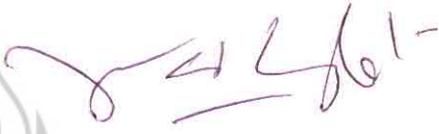
Drs. Parsuki
Pembimbing I/Anggota



Drs. Lasman, MSD.
Pembimbing II/Anggota



Drs. AB Dwiantoro, MS
Cognate/Anggota



Drs. Baskoro SB
Ketua Program Studi
Disain Komunikasi Visual /Anggota



Drs. Umar Hadi, MS
Ketua Jurusan/Anggota
/Ketua

Mengetahui
Dekan fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Sun Ardi, S.U.
NIP: 130321410



KATA PENGANTAR

Puji syukur Tuhan atas pendampingannya, dimana Tuhan selalu hadir terutama saat kami menyusun skripsi. Engkau selalu menyertai dan memberi jalan keluar untuk setiap masalah yang datang silih berganti selama penulis menyelesaikan tugas akhir karya skripsi.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana dalam Ilmu Disain, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Analisa dalam skripsi ini disusun berdasarkan teori-teori yang telah penulis pelajari selama melaksanakan kuliah dan diperkuat dengan hasil studi pustaka.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak, baik dukungan moril maupun materiil yang kesemuanya itu membesarkan hati penulis. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Sun Ardi, S.U. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Umar Hadi, MS selaku Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Insitutit Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Baskoro SB Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

4. Bapak Drs. Parsuki Dosen Pembimbing I yang banyak memberikan masukan sehingga menambah wawasan penulis.
5. Bapak Drs. Lasiman, MSD. selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan pengarahan dan saran-saran.
6. Seluruh Staf Pengajar pada Program Studi Disain Komunikasi Visual yang telah memberi pelajaran selama perkuliahan, yang mana ilmu tersebut sekarang dan kelak akan sangat berguna untuk menunjang aktivitas penulis dibidang disain.
7. Seluruh Staf Perpustakaan, Akmawa dan juga para karyawan dilingkup Fakultas Seni Rupa yang banyak membantu baik langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan ini, Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Isteri tersayang Yuliana Eni Pujiastuti beserta buah hatiku Theresa Adventa Puspaningrum, Titus Gesang Iokeswara.
2. Bapak, Ibu, kakak, adik dan keponakan yang senantiasa mendukung dalam doa dan finansial.
3. Rekan-rekan DK 90 baik yang sudah lulus maupun yang masih dalam proses penyelesaian studi.
3. Teman MUDIKA yang dengan setia mendukung dalam doa dan karya: T. Srimurtono, I. Supardi, T. Paryono, Ronald Edi Maryono.
4. Provisiat Bapak Yohanes Sutopo Yuwono yang selalu ngoyak-oyak

5. Padepokan Lembah Rohso Djati, Agus Mopram c.s

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi siapa saja yang memerlukannya.

Yogyakarta, 1 Maret 1999

Penulis





DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN ASUMSI.....	10
A. Perihal Desain.....	10
B. Perihal Transit Advertising.....	10
1. Pengertian Transit Advertising.....	10
2. Fungsi Transit Advertising.....	12
3. Jenis-Jenis Transit Advedvertising.....	13
4. Kriteria Transit Advertising.....	16
5. Aspek Komunikatif.....	21

C. Tinjauan Tentang Elemen Visual.....	23
1. Warna.....	23
2. Tulisan.....	25
3. Ilustrasi.....	26
4. Merek.....	26
D. Asumsi.....	28
BAB III METODOLOGI DAN PEROLEHAN DATA.....	30
A. Metode Penelitian.....	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel.....	31
B. Metode Pengambilan Data.....	31
1. Observasi Lapangan.....	31
2. Kajian Pustaka.....	32
3. Dokumentasi.....	32
C. Analisis.....	32
D. Perolehan Data.....	34
BAB IV DATA DAN ANALISIS	34
A. Ukuran dan Penempatan.....	34
B. Jenis Mobil.....	34
C. Kelompok Iklan dan Jenis Produk.....	35
D. Elemen Iklan.....	35
E. Kriteria.....	37
F. Pembahasan.....	40

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. Kesimpulan.....	55
1. Warna	56
2. Jumlah Kata	56
3. Jenis Huruf	57
4. Penggunaan Elemen	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58



DAFTAR TABEL

Halaman

TABEL I Variabel Penggunaan Jumlah Warna	38
TABEL II Tentang Variabel Penggunaan Jumlah Kata.	42,
TABEL III Variabel Penggunaan Jenis Huruf	46
TABEL IV Variabel Penggunaan Elemen.	49



DAFTAR SAMPEL

	Halaman
SAMPEL 1 dan 2.....	61
SAMPEL 3 dan 4.....	62
SAMPEL 5 dan 6.....	63
SAMPEL 7 dan 8.....	64
SAMPEL 9 dan 10.....	65
SAMPEL 11 dan 12.....	66
SAMPEL 13 dan 14.....	67
SAMPEL 15 dan 16.....	68
SAMPEL 17.....	69
SAMPEL 18 dan 19.....	70
SAMPEL 20 dan 21.....	71
SAMPEL 22.....	72
SAMPEL 23 dan 24.....	73
SAMPEL 25 dan 26.....	74
SAMPEL 27 dan 28.....	75



BAB I

PENDAHULUAN

A. ATAR BELAKANG

Kendaraan sebagai tempat memasang iklan sering kita jumpai di jalan-jalan melalui jalur yang ramai di pusat kota, hingga tempat-tempat perbelanjaan, depan warung, toko, maupun sekitar pasar. Biasanya *transit advertising* mengiklankan suatu produk tertentu dengan berbagai variasi dan tampilan sesuai dengan karakternya masing-masing. *Transit advertising* merupakan media iklan luar ruang yang sifatnya aktif berpindah-pindah tempat dengan waktu pengamatan singkat. Kelebihan jenis iklan ini memang tidak dimiliki iklan lain jenis *out door* yang berdiri statis disuatu tempat.

Dari masing-masing pengguna iklan yang mengoperasikan produk dan jasa tertentu di kawasan Kodya Yogyakarta masih begitu kurang memperhatikan aspek-aspek desain yang semula sudah disadari tentang arti dan fungsi *transit advertising*. Dapat diperhatikan produk yang ditawarkan melalui *transit advertising* yang sering kita jumpai, Ditinjau dari segi disain grafis terlalu banyak menggunakan unsur warna, jumlah kata dan jenis huruf terlalu banyak, serta penggunaan elemen yang masih kurang menunjukkan kesederhanaan, bahkan jarang yang berani menampilkan ilustrasi dan judul saja.

Pemasangan iklan diperlukan pengetahuan untuk menentukan titik lokasi papan reklame yang menyangkut efektivitas media *transit advertising* guna mempengaruhi efek penerimaan pesan berita bagi konsumen, yaitu:

1. Jangkauan

Salah satu alat untuk mengukur efektivitas suatu media yaitu jangkauan atau pengukuran media pada khalayak sasarannya. Media transit mempunyai daya jangkauan luas, oleh karena lokasi penempatan disesuaikan dengan bidang yang ada, misalnya pada bagian kendaraan bagian depan, samping dan belakang dapat terlihat jelas pada saat kendaraanh itu berjalan maupun berhenti.

2. Kecepatan lalu lintas

Karena papan reklame untuk menjangkau orang-orang yang ada diatas kendaraan maupun pejalan kaki ataupun yang berhenti dipinggir jalan, maka arus lalu lintas iklan harus disesuaikan sedemikian rupa, dan jarak pandang tertentu iklan dapat dibaca dan diketahui maksud isi beritanya.

Yang perlu ditinjau kembali adalah apakah media transit yang sering kita jumpai di sekitar Wilayah Kotamadya Yogyakarta sudah memenuhi kriteria-kriteria *transit advertising* sebagai sarana komunikasi visual, yang meliputi aspek kesederhanaan , kesatuan dan surprise atau kejutan. Sedangkan aspek kesederhanaan meliputi warna, jumlah kata, jenis huruf, penggunaan elemen.

Penelitian ini mengambil judul: “ STUDI TENTANG PRINSIP-PRINSIP DESAIN TRANSIT ADVERTISING PADA MOBIL BOKS DI WILAYAH KOTAMADYA YOGYAKARTA.”

Untuk memperjelas istilah peristilah dari judul tersebut sebagai berikut:

1. Studi

Studi adalah kajian, telaah, penyelidikan ilmiah.¹

2. Prinsip

Prinsip adalah asas kebenaran yang menjadi pokok dasar orang berfikir, bertindak.²

3. Desain

Desain adalah rancangan³

4. Transit Advertising

Kata transit diartikan perjalanan. Pengangkutan barang dari satu tempat ketempat lain. Sedangkan transitory artrinya cepat berlalu, bersifat sementara. Advertising artinya periklanan ; reklame.⁴ Dengan demikian kata *transit advertising* mempunyai pengertian bentuk pemberitahuan menggunakan gambar dan tulisan yang menggunakan media kendaraan.

Dari masing-masing istilah tersebut dapat ditarik pengertian bahwa penelitian ini adalah penelaahan atau penelitian secara ilmiah tentang rancangan media luar ruang yang sifatnya bergerak, berbentuk mobil boks. Sedangkan

¹ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia(Jakarta: Balai Pustaka, 1989), Hlm. 860.

² Ibid., Hlm. 701.

³ Ibid., Hlm. 200.

⁴ Drs. Peter Salim, The Contemporary English Indonesia Dictionary (Jakarta: modern English Press, Hlm. 2099-2100.

rancangan tersebut lebih difokuskan pada elemen-elemen visual yaitu warna, jumlah kata, jenis huruf dan penggunaan elemen.

Bertitik tolak dari judul tersebut, mengamati semakin maraknya media *transit advertising* yang secara khusus berada di sekitar Wilayah Kotamadya Yogyakarta. *Transit advertising* tampil dengan berbagai kreatif visual sesuai dengan karakter produknya masing-masing.

Atas sejumlah data yang ada timbul suatu permasalahan, apakah transit yang terdapat pada mobil boks ditinjau dari teori grafis sudah memenuhi prinsip-prinsip komunikasi visual, mengingat media transit sifatnya bergerak dengan waktu pengamatan yang singkat. Untuk mendapatkan jawaban tersebut dapat kita lakukan melalui studi prinsip tentang teori baik itu dari literatur, pakar grafis, sumber-sumber teori yang berkaitan dengan *transit advertising* dan pemaparan secara empiris disiplin ilmu penulis dengan sejumlah data yang ada.

Hasil perolehan studi teori terhadap sejumlah data tersebut diambil sebagai kesimpulan pendapat tentang pembuatan *transit advertising* yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi visual

B. PERMASALAHAN

Dengan latar belakang permasalahan tersebut diatas, maka masalah yang timbul dan akan diteliti dalam penulisan ini adalah:

Hasil temuan sejumlah *transit advertising* dinyatakan masih terdapat iklan yang belum memenuhi prinsip-prinsip komunikasi visual. Tinjauan ini meliputi berbagai aspek komunikatif, diantaranya:

1. Kesederhanaan (Simplicity).

Segi kesederhanaan iklan meliputi warna, jumlah kata, jenis huruf, dan penggunaan elemen. Diperhatikan secara detail , warna cenderung meriah lebih dari tiga unsur warna bahkan ada yang menempatkan beberapa unsur primer, sekunder dalam satu format iklan. Jumlah kata cenderung lebih dari delapan kata , jenis huruf bermacam-macam dan banyak menggunakan elemen.

2. Kesatuan (Unity).

Transit advertising cenderung menggunakan beberapa elemen antara warna, jumlah kata, jenis huruf dan penggunaan elemen belum menunjukkan kesatuan dan keterpaduan yang mengarah pada isi sebuah produk. Dalam kesatuan ini biasa terjadi adalah penempatan warna yang tidak sesuai dengan tulisan, yang cenderung membuat tulisan tidak terbaca atau tenggelam

3. Kejutan (Surprise)

Iklan masih tampil biasa, belum membangkitkan perhatian pemirsa untuk tergerak atas apa yang baru saja dilihat atau membuat kejutan.

4. Kejelasan (Clarity)

Media secara simpel mengiklankan produk apa, hal ini untuk mendasari supaya iklan lebih jelas. Terfokus pada tulisan kecenderungan banyak menggunakan kalimat dengan ukuran huruf yang relatif kecil dibawah 40 point,

tentu saja tulisan dengan ukuran semacam ini akan menyulitkan pembaca iklan terlebih disaat kendaraan berjalan.

C. PEMBATASAN MASALAH

Untuk memperjelas permasalahan ini perlu diberi pembatasan ruang lingkungnya yaitu:

1. Obyek yang diteliti adalah beberapa *transit advertising* yang dipasang pada mobil boks yang berada di sekitar Wilayah Kotamadya Yogyakarta.
2. Permasalahan yang akan diteliti atau yang akan dibahas dalam penelitian adalah difokuskan pada masalah kesederhanaan yaitu menyangkut penggunaan warna, jumlah kata, jenis huruf, dan penggunaan elemen.
3. Waktu penelitian tahun 1997-1998.

D. RUMUSAN MASALAH

Ditinjau dari segi prinsip desain apakah penggunaan warna, huruf, jumlah kata, penggunaan elemen dalam media *transit advertising* itui telah memenuhi kriteria media luar ruang yang baik, khususnya dari prinsip-prinsip kesederhanaan.

E. DIFINISI OPERASIONAL

Yang dimaksud dalam penggunaan warna yaitu apabila warna tidak lebih dari 4 warna atau lebih sedikit lebih baik. Jumlah kata tidak lebih dari

8 kata. Jenis huruf tidak lebih dari 3, dan penggunaan elemen dibuat sesederhana mungkin, paling tidak hanya menyangkut judul atau slogan, ilustrasi dan teks.

F. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui apakah *transit advertising* yang ada di Wilayah Kotamadya Yogyakarta telah memenuhi kriteria media luar ruang yang baik.

2. Tujuan Khusus

Apakah *transit advertising* sudah memenuhi prinsip-prinsip kesederhanaan

3. Manfaat Penelitian

- a. Dapat dipakai sebagai acuan untuk penelitian yang lebih lanjut dibidang yang sama.
- b. Dapat menambah khasanah keilmuan dalam bidang komunikasi visual.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan penelitian ini disusun dalam lima bab, sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Mengungkap Latar Belakang Permasalahan, Pembatasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

Bab II. Landasan Teori dan Hipotesa

Mengungkapkan teori tentang Desain Transit Advertising, Elemen Visual, Asumsi Penelitian.

Bab III. Metodologi dan Perolehan Data

Mengungkapkan Metodologi Penelitian, Metode Pengambilan Data, Sekema Penulisan, Perolehan Data.

Bab IV. Analisis dan Pembahasan

Mengungkapkan tentang Ukuran dan Penempatan, Jenis Mobil, Kelompok Iklan dan Jenis Produk, Elemen Iklan, Kriteria dan Pembahasan.

Bab V. Penutup

Mengungkap tentang Kesimpulan dan Saran.



G. Skema Penulisan

