

PERENCANAAN KOMUNIKASI VISUAL BLACK ORCHID CAFE



Karya Seni

Oleh :

R. Cahyoko

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1994**

PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
Inv.	506 1452101 H 11994
Klas	SKR
Terima	Des 94



PERENCANAAN KOMUNIKASI VISUAL BLACK ORCHID CAFE



Karya Seni

Oleh :

R. Cahyoko

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1994**

PERENCANAAN KOMUNIKASI VISUAL BLACK ORCHID CAFE



Oleh :
R. Cahyoko
891 0381 023

**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
1994**

Tugas Akhir ini telah diterima oleh Tim Penguji
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta,



Drs. Umar Hadi, MS.

Pembimbing I/Anggota



Drs. Asnar Zacky

Pembimbing II/Anggota



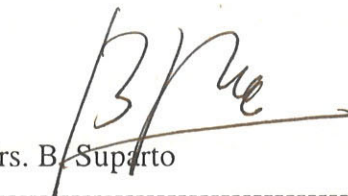
Dra. BM. Susanti, MS.

Cognate/Anggota



Drs. Asnar Zacky

Ketua Program Studi Disain Komunikasi
Visual/Anggota



Drs. B. Suparto

Ketua Jurusan Disain/Ketua/Anggota

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa



Drs. Sun Ardi, SU.

NIP.130321410

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan Puji Syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Tugas Akhir ini dibuat untuk melengkapi persyaratan mencapai kesarjanaan dalam bidang Disain Komunikasi Visual pada pogram studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dalam mencapai kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada,

1. Bapak Drs.Sun Ardi SU, Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs.B.Suparto, Ketua jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs .Asnar Zacky, Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual , Pembimbing II dalam Tugas Akhir ini yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan petunjuk.
4. Drs. M.Umar Hadi, MS, Pembimbing I dalam tugas Akhir ini yang selalu memberikan arahan dan kejelasan sehingga Tugas ini dapat diselesaikan.
5. Dra. BM. Susanti, MS.sebagai cognate dalam tim penguji tugas akhir ini.
6. Bapak, Ibu R.Soedibyo, Kakak serta Adik, yang telah memberikan bantuan moril dan materiil selama menempuh studi di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Keluarga “Citarum 40” yang telah memberikan ide dan kesempatan untuk mengangkat Black Orchid Cafe sebagai studi kasus dalam proyek Tugas Akhir ini.
8. Rekan-rekan Computa Creative Crew, COMPUTA, Computec serta “Anak Sukses Jakarta” atas kerjasamanya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian proyek ini.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal atas bantuan yang telah penulis terima.Akhirnya semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi Program Studi Disain Komunikasi Visual.

Yogyakarta, Juli 1994.

R.Cahyoko

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL 1.....	i
HALAMAN JUDUL 2.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL dan KONFIGURASI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Perancangan Dan Perencanaan Periklanan.....	3
 BAB II : INVENTARISASI DAN IDENTIFIKASI DATA.....	 4
A. Data Perusahaan Dan Produk.....	4
B. Data Lapangan.....	13
C. Analisa Data.....	14
D. Kesimpulan.....	15
E. Penetapan-penetapan.....	16
 BAB III : PERENCANAN.....	 18
A. Tujuan Komunikasi Periklanan.....	18
B. Perencanaan Media.....	18
C. Perencanaan Kreatif.....	20

D. Program Kreatif.....	22
BAB IV : PENUTUP.....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	31
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL dan KONFIGURASI

Tabel Media Schedule Black Orchid Cafe.....	32
Konfigurasi Metode Pemecahan Masalah Perancangan.....	33
Konfigurasi Proses Pembuatan Disain dengan Komputer Grafis.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Studi Layout



BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL

PERENCANAAN KOMUNIKASI VISUAL BLACK ORCHID CAFE

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Sekarang ini jajaran perusahaan nasional maupun multinasional sering kita jumpai sosok eksekutif muda. Mereka hidup dengan gaya tersebut, dan berpakaian necis dengan menggunakan mobil-mobil mewah. Dengan gaya itu mereka mengkompensasikan harga diri dan martabat serta memperkenalkan perusahaannya yang bernilai multi milyar rupiah.

Munculnya kelompok eksekutif muda merupakan fenomena yang patut memperoleh sorotan. Dalam masyarakat kita individu-individulah dan bukan organisasi-organisasi yang menciptakan kejayaan dan keunggulan. Dengan ketrampilan yang unik dan khas mereka menjadi seorang profesional yang patut dihargai. Tidak hanya mengendarai sebuah limusin, asesoris mahal, menenteng sebuah *handphone*, *laptop* atau *notebook*, tetapi tempat mangkal dan ajang bisnis diluar kantor juga merupakan gaya hidup mereka.

Semarang merupakan salah satu kota yang perkembangan ekonominya mulai nampak maju dengan pesat. Banyak eksekutif muda dari dalam kota maupun luar kota melakukan kegiatan bisnis di kota Semarang. Hal ini dapat dilihat pula dari begitu banyaknya *office rental* atau persewaan ruangan perkantoran.

Melihat gejala-gejala seperti itu maka sebuah restoran akan berdiri untuk memenuhi selera para eksekutif muda supaya dapat bersantai sambil menikmati sajian hidangan makanan dan minuman serta pertunjukan musik. Kelas tersendiri

memang tercipta dari iklim bisnis di Semarang saat ini. Apalagi keinginan para eksekutif muda di Semarang untuk menjadi panutan dikelompoknya.

Kebutuhan dasar manusia adalah sandang pangan dan papan. Tetapi bagi para eksekutif muda hal-hal tersebut tidak hanya harus terpenuhi saja. Pangan misalnya, mereka tidak hanya bermaksud membeli makanan atau minuman saja, tetapi lebih banyak menikmati suasana yang ditawarkan. Suasana dan kepuasan tidak hanya setelah perut diisi, tetapi setelah mereka menikmati santapan atau minuman suasana yang lain menjadi kebutuhan selanjutnya.

Semarang sebagai kota dengan jumlah usia muda yang cukup banyak dan eksekutif muda disana mempunyai kelompok tersendiri, adalah kota yang memerlukan sarana-sarana pemenuhan kebutuhan gejolak usia muda para eksekutif muda. Kebutuhan akan makan, minum, dan suasana santai tentu saja yang masih dapat mencerminkan karakter emosi gaya mudanya, berselera tinggi dan tetap dapat mengangkat citra dirinya.

Karena fenomena tersebut diatas maka Black Orchid Cafe hadir meramaikan dan menambah bisnis restoran di kota Semarang. Restoran yang berdiri tepat di jantung kota Semarang, yaitu kawasan Simpang Lima tepatnya Simpang Lima Plaza Tower.

Cafe ini khusus memanjakan lidah-lidah berselera tinggi dengan hidangan baik dalam dan luar negeri, serta suasana yang tepat untuk para eksekutif muda.

Dari segi selera, para eksekutif muda akan membutuhkan tempat-tempat yang spesifik dan bergengsi, karena kebutuhan akan tempat-tempat yang seperti itu bukan sebagai tempat pengisi perut semata, tetapi sebagai ajang pergaulan dan pertemuan santai dengan relasi bisnis mereka. Potensi sebuah restoran yang semakin *trend* dengan sebutan Cafe bagi para eksekutif muda Semarang merupakan lahan yang berpotensi untuk digarap.

B. RUMUSAN MASALAH

Sebagai restoran yang baru dengan sajian khusus dengan menitik beratkan

pada suasana dan pelayanan kelas satu, diperlukan perpaduan antara perancang promosi dan *marketing mix* yang saling berhubungan.

Strategi promosi yang dibentuk oleh khalayak sasaran yang telah diidentifikasi dengan paduan promosi yang tersusun dalam unsur-unsur dengan pertimbangan yang terukur, dikaitkan dengan segmen khalayak sasaran maka *target market* akan dapat terpenuhi.

Selanjutnya strategi kreatif dan strategi media dari masing-masing unsur paduan promosi yang menyangkut khalayak sasaran yaitu para eksekutif muda dijadikan acuan perancangan dan perencanaan strategi kreatif guna mencapai *marketing obyektif* dari Black Orchid Cafe.

C. TUJUAN PERANCANGAN dan PERENCANAAN PERIKLANAN

Sesuai dengan disiplin ilmu yang dipelajari, maka bagian promosi yang direncanakan adalah *Advertising*-nya. Tujuan dari perencanaan dan perancangan proyek ini adalah merencanakan dan merancang strategi kreatif dan strategi media periklanannya, dimana hal tersebut dimaksudkan untuk :

1. Mendapatkan suatu disain komunikasi visual yang menarik, inovatif, dan efisien sehingga mampu mencapai khalayak sasaran yang diharapkan
2. Menciptakan jalur komunikasi yang terarah antara produsen dalam hal ini Black Orchid Cafe dengan *Potential Customer* dimata *Market Share*.
3. Melihat posisi Black Orchid Cafe dalam *Live Product Cycle* pada jenjang *Growth* maka diperlukan *Unique Selling Proposition (USP)* yang cermat.