

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL DALAM
KAMPANYE PROMOSI ULANG TAHUN KE 2
JATINOM INDONESIAN RESTAURANT
YOGYAKARTA**



**Oleh :
EDY HARTONO**

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1995**

AUTO-CLIP

PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
Ino.	589 H 1995	
Klas	SRR	
Terima	APRIL 95	d



**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL DALAM
KAMPANYE PROMOSI ULANG TAHUN KE 2
JATINOM INDONESIAN RESTAURANT
YOGYAKARTA**



**Oleh :
EDY HARTONO**

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1995**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL DALAM
KAMPANYE PROMOSI ULANG TAHUN KE 2
JATINOM INDONESIAN RESTAURANT
YOGYAKARTA**



KARYA SENI

Oleh :

EDY HARTONO

No, Mhs. : 8910385023

**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**

1 9 9 5

**Tugas Akhir ini diterima oleh Tim Penguji
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
pada tanggal, 17 Januari 1995**



Drs. Sadjiman

Pembimbing I/Anggota

Drs. Pawitra

Pembimbing II/Anggota

Drs. B. Suparto

Cognate/Anggota

Drs. M. Umar Hadi, MS

Ketua Program Studi/Anggota

Drs. B. Suparto

**Ketua Jurusan Disain/Ketua/
Anggota**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**

Drs. Sun Ardi, S.U.

NIP. 130 321 410



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga Pameran Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan segala keterbatasan, dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak mungkin dapat terwujud tanpa ada bantuan maupun dukungan dari pihak lain. Pada kesempatan ini perkenankan kami mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. Sun Ardi, SU, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. B. Suparto, selaku Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs. M. Umar Hadi, MS. selaku Wali Program Studi Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Sadjiman, selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan dan pengarahannya dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Drs. Pawitra, selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan dan pembinaan yang diberikan dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Triyono selaku penanggung jawab Jatinom Indonesian Restaurant Hotel Santika Yogyakarta.
7. Bapak dan Ibunda (Almarhumah) dan kakak-kakakku yang telah banyak memberikan semangat hingga terselesainya Tugas Akhir ini.
8. Para sahabat dan rekan-rekan yang ikut memberi dorongan dan semangat, dan juga pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas bantuannya baik langsung maupun tidak langsung, sehingga Tugas Akhir ini bisa selesai.

Semoga atas bantuan-bantuan yang tulus tersebut mendapatkan pahala yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan baik dalam teknik penyusunan maupun dalam hal materinya.

Akhir kata, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat berguna bagi mereka yang memerlukannya.



Yogyakarta, Januari 1995

Penulis,

Edy Hartono

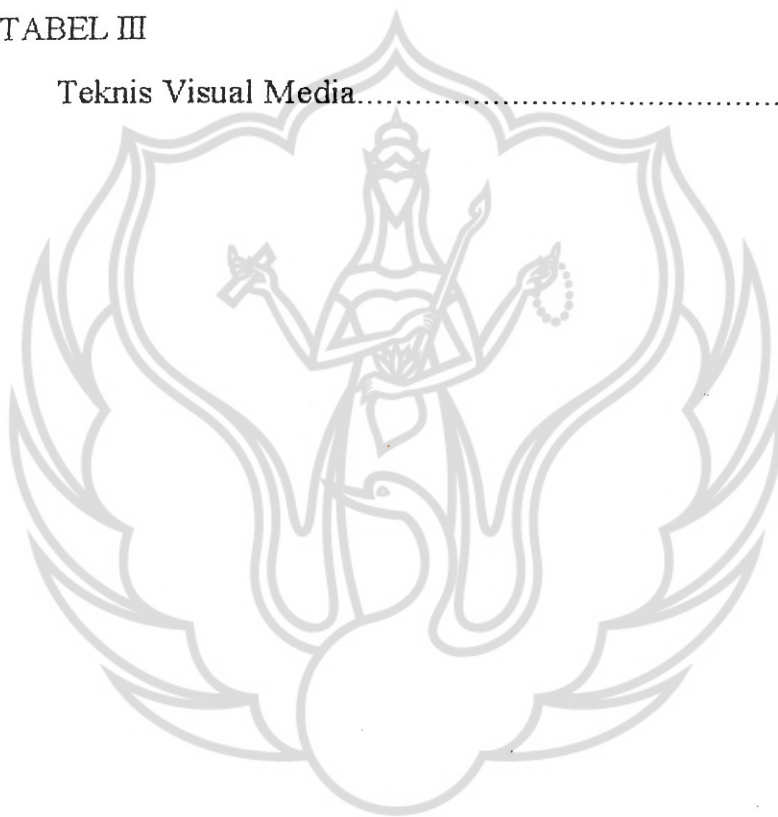
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Judul.....	1
B. Latar belakang.....	1
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Perencanaan dan Perancangan.....	3
E. Pola Pemikiran Perancangan.....	4
BAB II. INVENTARIS DAN IDENTIFIKASI DATA.....	5
A. PENGUMPULAN DATA.....	5
1. Karakteristik Data.....	5
2. Khalayak Sasaran.....	7
3. Data Menu	7
B. PENGOLAHAN DATA.....	8
1. Kekuatan.....	9
2. Kelemahan.....	9
3. Kesempatan.....	9
4. Ancaman.....	10
C. KESIMPULAN.....	11
D. PENETAPAN-PENETAPAN.....	12

BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	15
A. PERENCANAAN MEDIA.....	15
1. Tujuan Media.....	16
2. Strategi Media.....	17
a. Khalayak Sasaran.....	18
b. Paduan Media.....	18
b. Prioritas Media.....	25
3. Program Media.....	26
3. Biaya Media.....	26
B. PERENCANAAN KREATIF.....	27
1. Tujuan Kreatif.....	27
2. Strategi Kreatif.....	27
a. Khalayak Sasaran.....	27
b. Paduan Kreatif.....	28
c. Pedoman Visual.....	31
1) Logotype 2 th Jatinom Indonesian Restaurant.....	31
2) Logoname Java Food Festival 1996.....	33
3. Program Kreatif.....	34
a. Perencanaan Teknis.....	34
b. Perencanaan Isi.....	35
4. Biaya Kreatif.....	46
BAB IV PENUTUP.....	47
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1. TABEL I	
Program dan Jadwal Media.....	26
2. TABEL II	
Biaya Media.....	26
3. TABEL III	
Teknis Visual Media.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. LAY OUT	
Lay Out Disain Logotype.....	50
Lay Out Disain Logotype terpilih.....	51
Lay Out Disain Logoname.....	52
Lay Out Disain Logoname terpilih.....	53
Lay Out Disain Iklan Surat Kabar	54
Lay Out Disain Iklan Surat Kabar terpilih.....	55
Lay Out Disain Poster.....	56
Lay Out Disain Poster terpilih.....	57
Lay Out Disain Folder.....	58
Lay Out Disain Folder terpilih.....	59
Lay Out Disain Kalender.....	60
Lay Out Disain Kalender terpilih.....	61
Lay Out Disain Spanduk.....	62
Lay Out Disain Spanduk terpilih.....	63
Lay Out Disain Undangan.....	64
Lay Out Disain Undangan terpilih.....	65
Lay Out Disain Kop Surat.....	66
Lay Out Disain Kop Surat terpilih.....	67
Lay Out Disain Emblim.....	68
Lay Out Disain Emblim terpilih.....	69
Lay Out Disain T-Shirt.....	70
Lay Out Disain T-Shirt terpilih.....	71

Lay Out Disain Banner.....	72
Lay Out Disain Banner terpilih.....	73
Lay Out Disain Shopping Bag.....	74
Lay Out Disain Shopping Bag terpilih.....	75
Lay Out Disain Packaging.....	76
Lay Out Disain Packaging terpilih.....	77

2. DESKRIPSI KARYA

Logotype & Logoname	78
Iklan Surat Kabar.....	79
Poster	80
Folder	81
Kalender.....	82
Spanduk.....	83
Undangan.....	84
Kop Surat.....	85
Emblim.....	86
T- Shirt	87
Banner	88
Shopping Bag.....	89
Packaging.....	90

BAB I PENDAHULUAN

A. JUDUL

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL DALAM KAMPANYE PROMOSI
ULANG TAHUN KE - 2 JATINOM INDONESIAN RESTAURANT
YOGYAKARTA

B. LATAR BELAKANG

Pangan merupakan kebutuhan pokok atau dasar manusia. Adanya perbaikan sosial dan ekonomi menuntut perubahan-perubahan dalam selera dan bentuk yang komplek. Walaupun tujuan akhirnya tetap tidak berubah. Kadang tidak hanya mencapai klimaks akan tercapainya kenyang semata. Akan tetapi lebih setuju pada batasan-batasan kepuasan, tidak hanya saat perut lapar akan tetapi makan sudah menjadi semacam pemenuhan selera.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan untuk melihat kemungkinan dan kesempatan di masa datang baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan memahami perilaku konsumen dalam menikmati selera makan atau kunjungan konsumen ke restoran, perusahaan dapat mengetahui dengan sebenarnya apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, alasan datang dan menikmati dalam selera makan serta latar belakang dari konsumen itu sendiri. Di sini perusahaan selaku produsen dan masyarakat selaku konsumen.

Hotel Santika salah satu hotel berbintang yang berada di jantung kota Yogyakarta. Hotel ini menyediakan fasilitas-fasilitas restoran untuk kemudahan tamu dalam hal penyediaan makanan dan minuman antara lain seperti : Jatinom

Continental Restaurant yang menyediakan hidangan-hidangan steak Oriental, di buka saat makan malam (dinner) sambil menikmati alunan musik.

Adanya konsumen yang ingin menikmati selera dengan tidak meninggalkan tradisi Indonesia khususnya Jawa. Dalam memenuhi kebutuhan dan selera makan mereka tetap membutuhkan tempat-tempat yang spesifik dan bergengsi untuk mengangkat citra dirinya.

Yogyakarta merupakan kota tujuan wisata kedua setelah Bali, sekarang ini seiring putaran waktu mulai berbenah diri dan meningkatkan promosinya berbagai kekayaan budaya. Dalam perkembangan sulit kiranya orang melepas keberadaan Yogyakarta dengan tradisinya, sementara modernitas tak segan menyentuh dengan ciri sosial budaya yang mempesona.

Melihat gejala-gejala seperti ini pemilik restoran dengan di latar belakang pendidikan pariwisata serta pengalaman dalam pengelolaan restoran tersebut. Jatinom Continental Restaurant yang semula menyediakan masakan Oriental digantikan dengan Jatinom Indonesian Restaurant yang mencoba memperkenalkan masakan khas Indonesia khusus Jawa kepada tamu / wisatawan dan masyarakat Yogyakarta dibuka pada tanggal 11 Februari 1994.

Bertitik tolak dari informasi dasar yang ada serta atas data yang diperoleh penulis menyampaikan gagasan kegiatan kampanye promosi iklan yang dimaksud guna mendukung acara Ulang Tahun ke 2 pada tanggal 11 Februari 1996 dan sekaligus memperkokoh positioning dari Jatinom Indonesian Restaurant dan mengukuhkan citra Hotel Santika.

Jatinom Indonesian Restaurant segera akan mengadakan acara Java Food Festival yang akan diadakan di Hotel Santika Yogyakarta tanggal 11, 12, dan 13 Februari 1996. Dengan tema : Mengangkat nilai-nilai budaya bangsa Indonesia lewat masakan. Dengan diadakan acara ini akan memperkenalkan koki-

koki yang baru dari berbagai daerah, sehingga Jatinom Indonesian Restaurant merupakan restoran yang mempunyai positioning dalam masyarakat.

Untuk mendukung tercapainya program promosi tersebut, maka tentu saja tidak lepas dari pemilihan media. Dan juga bentuk nilai estetis perancangan diharapkan selalu mengacu pada cerminan budaya Indonesia yang harus didukung oleh unsur-unsur disain yang khas Jawa pada media tertentu dengan disesuaikan dengan kebutuhan.

C. RUMUSAN MASALAH

Sesuai dengan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan maka pokok permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana secara efektif dan efisien dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat atau kelompok sasaran tentang Ulang Tahun ke 2 Jatinom Indonesian Restaurant dan Java Food Festival yang sekaligus mempromosikan Jatinom Indonesian Restaurant lewat kampanye periklanan.

D. TUJUAN PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

1. Untuk mencapai Marketing Obyektif perusahaan dalam jenjang New Competitive Stage dan posisi pada tahap Perkenalan atau Perintisan (The Pioneering Stage).
2. Menyampaikan informasi dan mempengaruhi konsumen agar ikut dan menyaksikan Java Food Festival di acara Ulang Tahun ke- 2 Jatinom Indonesian Restaurant.
3. Menerapkan kemampuan dalam bidang Disain Komunikasi Visual untuk perencanaan dan perancangan sebagai bentuk alternatif disain yang akan diajukan kepada pihak Jatinom Indonesian Restaurant dalam pelaksanaannya mengukuhkan citra dari restoran tersebut.

E. POLA PEMIKIRAN PERANCANGAN

