

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PROGRAM PROMOSI
BUKU MANAJEMEN QOMEDI PlaT-AB
SERIAL TEKA-TEKI**



KARYA DESAIN

oleh :

Fitri Ardiwahyudi

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PROGRAM PROMOSI
BUKU MANAJEMEN QOMEDI PlaT-AB
SERIAL TEKA-TEKI**



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PROGRAM PROMOSI
BUKU MANAJEMEN QOMEDI PlaT-AB
SERIAL TEKA-TEKI**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3134/H/S/2009
KLAS	
TERIMA	15-9-2009
	15-9-2009



KARYA DESAIN

oleh :

Fitri Ardiwahyudi

9810991023/DK

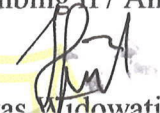
**TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA SEBAGAI
SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA DALAM BIDANG
DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
2006**

Tugas Akhir ini telah diterima oleh Tim Penguji
Program Studi Disain Komunikasi Visual Jurusan Disain
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Pada tanggal 9 Agustus 2006

Pembimbing I / Anggota


Drs. Prayanto Widyo Harsanto.
NIP. 132230373

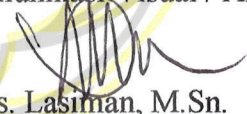
Pembimbing II / Anggota


Heningtyas Widowati, S.Pd.
NIP. 132300031

Cognate / Anggota


Endro Tri Susanto, S.Sn.
NIP. 132087451

Ketua Program Studi
Disain Komunikasi Visual / Anggota


Drs. Lasiman, M.Sn.
NIP. 131773135

Ketua Jurusan Desain / Ketua


Drs. A. Hendro Purwoko.
NIP. 131284654

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Drs. Sukarman.
NIP. 130521245



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Berbagai macam cobaan dan hambatan yang hadir di tengah penulis bukan hal untuk menjadikan alasan untuk tidak menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas Akhir dengan judul “ **Perancangan Komunikasi Visual Program Promosi Buku Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki** “ merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam bidang Disain Komunikasi Visual

Terima kasih tak terhingga penulis haturkan kepada kedua orang tua, **Alm. Bapak Soetopo Roziq dan Ibu Siti Asiyah** atas segala macam bentuk dukungan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Drs. A. Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Disain.
3. Drs. Lasiman, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual.
4. Drs. Prayanto Widy Harsanto, selaku Pembimbing I. Terima kasih atas segala bimbingannya serta ilmu-ilmu yang diberikan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Heningtyas Widowati, S.Pd, selaku Pembimbing II. Terima kasih atas segala bimbingan, masukan, kritikan yang sangat berarti bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Endro Tri Susanto, S.Sn, selaku Cognate. Terima kasih telah menyisihkan waktunya sebagai Tim Penguji penulis.
7. Hesti Rahayu, S.Sn, selaku Dosen Wali. Terima kasih atas segala bimbingannya selama menjadi mahasiswa yang selalu ”ngrepoti”.
8. Segenap dosen di Program Studi Disain Komunikasi Visual, terima kasih atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada

penulis. Segenap karyawan di lingkungan Program Studi Disain Komunikasi Visual, terima kasih atas segala bantuannya.

9. The Kegendutan, Qoriana Novia Eka terima kasih atas segala bantuan dan pengertiannya.
10. Bapak Purwantoro, pimpinan Semetris Promotion Manajemen. Terima kasih atas segala kesempatan yang diberikan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Segenap karyawan dan teman-teman di Semetris Promotion Manajemen. Terima kasih segala dukungan dan bantuannya.
12. Teman-teman TA semester genap 2005/2006 dan teman-teman angkatan 98 buktikan kita bisa.
13. Teman-teman Aksi, terima kasih atas dukungannya.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh karena kekhilafan penulis serta terbatasnya media ini, terima kasih banyak.

Yogyakarta, 6 Agustus 2006

Penulis

Fitri Ardiwahyudi

9810991023/DK

DAFTAR ISI

	Halaman
Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Metode Perancangan	5
BAB II IDENTIFIKASI	
A. Identifikasi Data	9
B. Pengolahan Data	23
BAB III KONSEP DESAIN	
A. Sintesis	27
B. Perencanaan Media	30
C. Konsep Kreatif	44

BAB IV PERANCANGAN

A. Prinsip – Prinsip Tata Desain.....	61
B. Studi Warna	66
C. Studi Tipografi.....	67
D. Images dan Logo.....	68
E. Teknik Penyajian	70
F. Lay Out	72
G. Final Art Work.....	98

BAB V PENUTUP

112

A. Kesimpulan	112
B. Saran	113

Daftar Pustaka.....

114

Lampiran

115

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Hiburan dimasa sekarang ini merupakan kebutuhan yang sangat diinginkan setiap orang. Dalam memenuhi kebutuhan akan hiburan tersebut banyak sekali bentuk hiburan yang disediakan oleh berbagai macam media, salah satu bentuk hiburan tersebut adalah humor. Humor adalah salah satu alternatif bentuk hiburan untuk mengendorkan ketegangan-ketegangan pikiran yang kita alami, entah itu akibat urusan pekerjaan, rumah tangga atau masalah yang lainnya. Ditinjau dari bentuk dan medianya, varian humor sangatlah banyak. Ditinjau dari bentuk, humor ada yang berbentuk lagu, teka-teki, dan puisi. Ditinjau dari segi media, humor ada yang ditampilkan dalam bentuk media cetak maupun media elektronik. Kita lihat sekarang ini di televisi-televisi banyak bermunculan paket-paket acara yang berbau humor. Paket-paket acara tersebut semakin banyak diminati oleh para pemirsa, terbukti semakin banyak televisi yang menampilkan paket-paket acara humor tersebut, diantaranya adalah drama komedi, dan musik humor. Namun begitu, acara-acara di televisi tersebut hanya dapat kita nikmati apabila kita berada di depan televisi saja dan belum dapat kita bawa kemana kita pergi. Bentuk media humor yang relatif efektif yang dapat kita bawa ke mana-mana adalah berupa media cetak, diantaranya adalah berbentuk buku. Buku tidak kalah



menariknya dengan televisi apabila isi buku tersebut bagus dan didukung dengan desain komunikasi visual bukunya yang menarik pula.

PLaT-AB yang berdiri dan bermarkas di Yogyakarta adalah salah satu kelompok anak muda yang konsep pembentukannya adalah kelompok humor. Kelompok ini terdiri dari empat anak muda kreatif yaitu, Setyawan Tiada Tara, Bimo Berhati Nyaman, Tony Pelita Hati, dan Hari Selalu Di Hati. Dari konsep kelompok humor tersebut, maka kelompok ini menunjukkan keberadaanya dengan membuat bentuk-bentuk humor berupa cerita, lagu, bahkan juga berprofesi sebagai MC humor. Pengalaman yang mereka dapatkan pun sudah sangat banyak, dari acara lokal Yogyakarta sampai acara yang bertaraf nasional.

Setyawan Tiada Tara, salah satu anggota dari kelompok PLaT-AB mencoba menerbitkan buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki”. Buku ini adalah bukti kesenimanannya Setyawan Tiada Tara untuk tetap terus berkarya dan berinovasi yang diwujudkan dalam bentuk buku. Dalam buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki” ini, Setyawan Tiada Tara menyajikan tema-tema yang ringan, dari masalah sehari-hari sampai urusan suami istri. Kehadiran buku ini diharapkan mampu memberi hiburan alternatif, karena sangat mudah dibawa dan dibaca di mana pun. Apalagi sekarang ini banyak sekali orang yang sibuk dan tidak mempunyai waktu untuk mendatangi acara-acara hiburan karena suasana yang ramai dan penuh sesak, padahal mereka menginginkan suasana yang nyaman dalam menikmati acara hiburan tersebut. Dengan diterbitkannya buku “Manajemen Qomedi

PLaT-AB Serial Teka-Teki” ini maka seseorang akan dipermudah dalam menikmatinya, bahkan bisa sewaktu-waktu. Remaja, dewasa, bahkan orang tua adalah pasar potensial untuk buku Teka-Teki Humor ini. Sambutan masyarakat terhadap kehadiran buku ini ternyata sangat menggembirakan, hal ini dibuktikan dengan diluncurkannya buku tersebut di pasar pada pertengahan April 2005 sampai dengan akhir Januari 2006 buku tersebut sudah terjual 75% dari 1000 buku sebagai cetakan pertama. Untuk mengantisipasi kebutuhan pasar maka cetakan kedua pun akan segera diterbitkan pada bulan Juli 2006 dengan jumlah 5000 eksemplar buku. Berbeda dengan peluncuran edisi pertama atau cetakan pertama, dalam cetakan kedua ini pihak manajemen ingin mengemas promosi yang lebih baik lagi dari edisi cetakan pertama. Promosi yang lebih baik dan menarik daripada edisi cetakan pertama dimaksudkan untuk mendongkrak penjualan dan menambah citra buku

Faktor obyektif yang menjadi kendala pemasaran buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki” adalah, banyaknya buku humor yang sudah terbit dari penerbit yang sudah ternama dan menjadi pesaing.

Faktor subyektif yang menjadi kendala pemasaran buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki” adalah, belum adanya media promosi maksimal yang menawarkan buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki” ini beserta kelebihan-kelebihannya. Diharapkan dengan program promosi yang tepat akan mendongkrak penjualan lebih cepat dan mengangkat citra buku.

B. Rumusan Masalah

1. Membuat perancangan komunikasi visual yang komunikatif, informatif, dan kreatif untuk mendukung program promosi buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki”.
2. Menentukan bentuk media yang tepat guna mendukung program promosi buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki”.

C. Tujuan Perancangan

1. Membangun citra buku
Diharapkan dengan diadakannya perancangan promosi ini dan didukung oleh komunikasi visual yang tepat dan menarik, mampu membangun citra buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki”.
2. Mengantisipasi persaingan
Dengan perancangan program promosi ini maka diharapkan masyarakat mengetahui adanya produk buku ini beserta kelebihan-kelebihannya, sehingga mampu bersaing dengan produk-produk buku sejenis yang sudah beredar di pasaran.
3. Memperoleh konsep media
Perancangan ini diharapkan mampu memperoleh konsep media yang tepat, yaitu media-media yang tepat sebagai pendukung promosi buku.
4. Merancang komunikasi visual yang artistik dan komunikatif
Perancangan ini diharapkan mampu menghasilkan desain komunikasi visual yang artistik dan komunikatif, sehingga mampu mendukung

program promosi dan pemasaran buku “Manajemen Qomedi PLaT-AB Serial Teka-Teki” ini secara maksimal.

D. Metode Perancangan

“Metode” berarti cara kerja yang tersistem untuk memudahkan suatu pelaksanaan kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.¹ Dalam rangka proses pencapaian tujuan diperlukan adanya pemantapan konsep yang diperoleh dari pengumpulan data, ide atau gagasan yang nantinya akan sangat membantu dalam proses perancangan.

1. Pengumpulan Data

Mengumpulkan data-data dari sumber yang berkaitan dengan obyek atau produk yang diangkat, sehingga dengan cara tersebut akan didapatkan data-data yang lengkap dan benar.

Pengumpulan data tersebut dengan cara :

a. Penelitian perpustakaan (data sekunder)

Bahan-bahan yang terdapat di perpustakaan akan menambah referensi sebagai dasar teori dalam proses perancangan.

b. Penelitian lapangan (data primer)

Penelitian di lapangan merupakan proses pencarian sumber data yang berkaitan dengan produk, yaitu dengan cara wawancara dengan manajemen dan penulis buku. Penelitian lapangan ini merupakan acuan utama untuk melakukan perancangan ini.

¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, 1995, p. 235

2. Analisis Data

Menginventarisasi data produk sehingga diperoleh kekuatan dan kelemahan produk yang akan diangkat. Dalam pendataan ini dilakukan dengan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). *SWOT analysis is a study of the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats that will impact upon the succesfull promotion of the product, service, or the company.*²

a. *Strengths* (kekuatan - kekuatan)

Menganalisa tentang kelebihan - kelebihan atau kekuatan - kekuatan yang dimiliki produk, sehingga dapat ditunjukkan dalam perancangan dengan harapan menjadi daya tarik produk.

b. *Weaknesses* (kelemahan - kelemahan)

Menganalisa kekurangan-kekurangan atau kelemahan - kelemahan yang dimiliki produk, sehingga dengan perancangan ini kekurangan – kekurangan tersebut dapat diminimalisir.

c. *Opportunities* (peluang - peluang)

Menganalisa peluang - peluang yang dimiliki produk, dengan data peluang ini maka perancangan diharapkan akan mampu memperlancar dan memperlebar peluang pemasaran.

² William Wells, John Burnett, Sandra Moriarty, *Advertising : Principles and Practice*, Prentice Hall Inc, New Jersey, 1995, p.647

d. *Threats* (ancaman - ancaman)

Menganalisa ancaman - ancaman produk terutama dari produk-produk sejenis, sehingga perancangan yang dihasilkan mampu mengatasi dan bersaing dengan produk-produk sejenis yang sudah terbit di pasaran.

3. Konsep Desain

Konsep desain meliputi,

- a. Perencanaan media menentukan tujuan, strategi, program, serta biaya media.
- b. Perencanaan kreatif untuk menentukan pilihan visual dan verbal yang artistik dan komunikatif guna mendukung perancangan.

4. Visualisasi Desain

Merupakan lanjutan dari perencanaan kreatif, yaitu membuat *lay out*, *rough lay out*, *comprehensif lay out* sampai dengan *final artwork*.

SKEMA METODE PERANCANGAN

