

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENDUKUNG KAMPANYE PERIKLANAN
BERANDA GOLF LEGENDA DI KOTA LEGENDA
DI BEKASI**



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
1997**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENDUKUNG KAMPANYE PERIKLANAN
BERANDA GOLF LEGENDA DI KOTA LEGENDA
DI BEKASI**

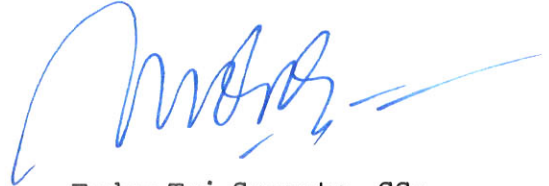


**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
1997**

Tugas Akhir ini diterima oleh Tim Penguji Jurusan Disain
Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
6 Februari 1997.



Drs. M. Umar Hadi, MS
Pembimbing I / Anggota



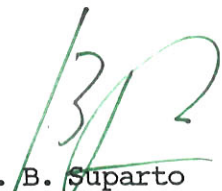
Endro Tri Susanto, SSn
Pembimbing II / Anggota



Drs. B. Suparto
Cognate / Anggota



Drs. M. Umar Hadi, MS
Ketua Program Studi Disain
/ Anggota



Drs. B. Suparto
Ketua Jurusan Disain
Ketua/Anggota

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa



Drs. Sun Ardi, SU
Nip. 130321410

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur yang tak terhingga kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesainya perancangan tugas akhir ini. Setelah dengan segala upaya, doa dan bantuan dari berbagai pihak, maka selesai sudah penulisan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Atas terselesainya penulisan ini, tak lupa kami ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. R.M. Soedarsono, selaku Rektor ISI Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Sun Ardi, SU, selaku Dekan FSR ISI Yogyakarta.
3. Bapak Drs. B. Suparto, selaku Ketua Jurusan Disain FSR ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Wibowo, selaku sekretaris jurusan Disain FRS ISI Yogyakarta.
5. Bapak Drs. M. Umar Hadi, MS, selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing I atas semua arahan, saran dan masukannya.
6. Bapak Endro Tri Susanto, SSn selaku Dosen Pembimbing II, atas semua arahan, saran dan masukannya.
7. Ibu Kessia Susanty selaku direktur Mega Cipta Inovasi (MCI) Advertising atas kesempatan yang telah diberikan.

8. Ayah, Ibu, dan saudara-saudaraku Mas Anang, Mas Arief, Lulu' atas dorongan dan bantuan morilnya.
 9. Seluruh rekan-rekan MCI Advertising atas pengertiannya selama mengerjakan tugas akhir ini.
 10. Keluarga Ontoseno 11, Ary, Hesti, Nita, Itung, terima kasih atas semua bantuan dan kebersamaannya selama ini. Semoga "Ontoseno 11" menjadi kenangan.
 11. Terima kasih kepada Azir atas *blessing in disguise* -nya
 12. Rekan-rekan dibalik display Beranda Golf Legenda , Andika, Jon, Gandos, Bambang, atas bantuan tulusnya.
 13. Dan kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
- Semoga segala kebaikan hati mendapat limpahan rahmatNya.

Yogyakarta, 3 Februari 1997

penulis,
Lies Nurhasanah

D A F T A R I S I

Lembar pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
BAB I	
Pendahuluan	1
A. Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	1
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Perancangan.....	3
E. Skema Perancangan	4
BAB II	
Inventarisasi dan Identifikasi Data	5
A. Data Perusahaan.....	5
B. Data Produk	8
1. Data Kota Legenda	8
a. Konsep Kota	8
b. Konsultan dan Desainer	9
c. Jumlah dan Jenis Rumah	9
d. Lingkungan Hunian	9
e. Daur Limbah Ulang.....	10
f. Konservasi Air	11
g. Hunian Alternatif	11
h. Distrik Pusat Bisnis	12
i. Interaksi yang Seimbang	12
j. Perkembangan Penjualan Kota	
Legenda	13
2. Data Beranda Golf Legenda	13
a. Jenis dan Harga Rumah	13

b. Segmentasi Pasar	14
c. Potensial Pasar	18
d. Data Pesaing	18
C. Data Teori.....	18
D. Data Survey.....	20
 BAB III Analisis	22
A. Analisis SWOT	22
B. Penetapan-penetapan	24
1. Tujuan pemasaran	24
2. Tujuan Promosi	24
3. Tujuan Periklanan	24
C. Rencana Kerja Kreatif	25
 BAB IV Perancangan	29
A. Perencanaan Media	29
1. Tujuan Perencanaan Media	29
2. Strategi Media.....	30
3. Program Media	32
4. Anggaran Media	34
B. Perencanaan Kreatif	39
1. Tujuan Kreatif	39
2. Strategi Kreatif	39
3. Biaya Kreatif	41
C. Lay Out	42
D. Laporan Disain Jadi	81
Penutup	98
Lampiran	99
Daftar Pustaka	102

BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENDUKUNG KAMPANYE PERIKLANAN BERANDA GOLF LEGENDA DI KOTA LEGENDA DI BEKASI

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Pertumbuhan penduduk Jakarta yang sangat pesat yaitu 4 persen pertahun, menjadi pokok permasalahan perencanaan dan perancangan kota dewasa ini. Diperkirakan jumlah penduduk Jakarta tahun 2000 akan bertambah menjadi 22 juta jiwa. Tentunya pada saat itu akan sulit menampung seluruh kegiatan masyarakatnya. Masalah ini sebenarnya telah diprediksi jauh-jauh hari oleh pemerintah. Karena itu tahun 1980-an pemerintah mulai mendorong pihak swasta untuk menciptakan kota baru di sekitar Jakarta sebagai solusi alternatif pemukiman. Hal ini disambut baik oleh pihak swasta, sehingga lahirlah beberapa kota baru di Jakarta, baik kota mandiri, kota satelit maupun kawasan hunian berskala kota.

Kota-kota baru yang lahir dengan pemukiman berskala besar lebih direncanakan dengan matang dari awal perencanaan hingga ke perkembangan akhir. Mulai dari konsep dasar kota, perencanaan fisik kawasan pemukiman, komersial, fasilitas sosial & fasilitas umum, jaringan jalan sampai ke perencanaan non fasos, semua telah digariskan sejak awal. Pelopor terciptanya kota baru di sekitar Jakarta

adalah Bumi Serpong Damai seluas 3000 hektar.

Menjamurnya bisnis properti di tanah air, seakan memanjakan konsumen karena setiap perumahan menawarkan kelebihan masing-masing. Hal ini membuat konsumen lebih banyak alternatif untuk memilih dan tingkat persaingan antara sesama perumahan semakin tinggi. Untuk mengantisipasi persaingan ini, pengembangan membangun perumahan yang menawarkan fasilitas yang spesifik dan eksklusif, dengan tujuan untuk memanjakan konsumen. Konsumen yang dituju adalah mereka-mereka dari golongan ekonomi menengah keatas. Dengan kiat tersebut diharapkan persaingan semakin longgar. Pengembang berani mengambil langkah ini karena perkembangan ekonomi yang telah dicapai dalam dua dasa warsa terakhir ini membuat sebagian masyarakat bergeser status ekonomi dan sosialnya. Seiring dengan kemapanan ekonomi yang mereka capai, bergeser pula keinginan mereka terhadap barang dan jasa. Mereka lebih bebas memilih sesuatu yang mereka sukai karena segi finansial mereka mendukung.

Kota Legenda adalah nama sebuah kota baru di sekitar Jakarta yang terletak di tepi jalan tol Jakarta-Cikampek, atau tepatnya di daerah Bekasi Timur. Pengembang Kota Legenda adalah PT Putra Alvita Pratama. Peluncuran perdana Kota Legenda dilaksanakan pada tanggal 16 Maret 1995. Sejak saat itu angka penjualan menunjukkan grafik naik .

Untuk pengembangan selanjutnya, Kota Legenda akan memasarkan kawasan Beranda Golf Legenda yaitu hunian yang berada lingkungan lapangan golf.

C. RUMUSAN MASALAH

Untuk memasarkan kawasan Beranda Golf Legenda diperlukan iklan karena iklan merupakan bagian dari bauran promosi (*promotion mix*), dan promosi merupakan bagian dari pemasaran (*marketing mix*). Iklan merupakan wujud komunikasi antara produsen dan calon konsumen. Wujud komunikasi tersebut didukung oleh rancangan visual pada masing-masing media iklan. Masalah yang dihadapi sekarang adalah bagaimana menciptakan disain komunikasi yang tepat untuk menunjang kampanye iklan Beranda Golf Legenda.

D. TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan perancangan komunikasi visual Beranda Golf Legenda adalah :

1. Meningkatkan kesadaran konsumen akan perkembangan Kota Legenda dan produk yang sedang diluncurkan.
2. Menjual rumah hunian dikawasan Beranda Golf Legenda dengan memperhitungkan,
 - a. Konsep pemikiran yang tepat baik dari segi perancangan media maupun kreatif.
 - b. Disain yang sesuai sebagai langkah komunikasi kepada konsumennya.

E. SKEMA PERANCANGAN

