

**PERANCANGAN KAMPANYE PERIKLANAN
KOMPLEK HUNIAN KOTA MANDIRI
BUMI SERPONG DAMAI - TANGERANG**



Ary Trisna Oktavierasasi

921 0571 023

Tugas Akhir Karya Disain
Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1997

PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA			
Ino.	1044	H	1294
Klas	741.659 822	Okt	pSk
Terima	25 Mar. 94		



KT008038

**PERANCANGAN KAMPANYE PERIKLANAN
KOMPLEK HUNIAN KOTA MANDIRI
BUMI SERPONG DAMAI - TANGERANG**



KARYA DISAIN

Oleh :

Ary Trisna Oktavierasasi

921 0571 023

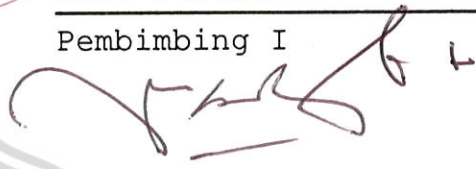
Tugas Akhir Karya Disain
Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1997

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



Drs. Parsuki

Pembimbing I



Drs. Baskoro SB.

Pembimbing II



Dra. Suastiwi, M. Des.

Cognate



Drs. M. Umar Hadi, MS

Ketua Program Studi



Drs. B. Suparto

Ketua Jurusan

Mengetahui

Dekan Fakultas Seni Rupa



Drs. Sun Ardi, SU

NIP. 130 321 410

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat yang telah dianugerahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan Perancangan Tugas Akhir ini dengan baik tanpa halangan suatu apa.

Tugas Akhir ini guna melengkapi tugas dan persyaratan untuk mencapai gelar kesarjanaan pada Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dengan ini pula penulis haturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Sun Ardi S.U., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Subroto, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs. B. Suparto, selaku Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Drs. M. Umar Hadi MS., selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Bapak Drs. Parsuki, selaku Dosen Pembimbing I dalam Tugas Akhir Karya Disain.
6. Bapak Drs. Baskoro SB., selaku Dosen Wali yang

juga sebagai Dosen Pembimbing II dalam Tugas Akhir Karya Disain.

7. Bapak Azman Osman SE., President Director WAW Production Jakarta, atas diijinkannya BSD Kota Mandiri diangkat menjadi obyek Tugas Akhir Karya Disain.
8. Papa, mama dan adik tercinta, yang selalu memberikan do'a dan dorongan semangat.
9. Mas Adi Suryo. yang tak henti-hentinya memberikan dorongan semangat, membantu sepenuh hati dan selalu mendampingi dengan cinta dan kasih sayangnya.
10. Mas Sugeng Wahano, atas semua idenya.
11. Rekan-rekan WAW Production, yang telah banyak membantu proses Tugas Akhir Karya Disain ini dari awal hingga selesai.
12. Rekan-rekan di Yogya, Hajjar, Onggobayan klub, Itok, Bambang, Andri, dan teman-teman tercinta di Ontoseno 11, Hesti, Nita, Lies, yang telah banyak membantu proses Tugas Akhir Karya Disain ini dari awal hingga selesai.
13. Dan semua pihak yang banyak membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga segala kebaikan hati mereka mendapatkan limpahan rahmatnya. Sekali lagi terima kasih.

Yogyakarta,

1997

Penulis

iv

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Perancangan.....	3
D. Lingkup Perancangan.....	4
E. Skema Perancangan.....	5

BAB II. DASAR PERANCANGAN

A. Pengumpulan Data	
1. Data Perusahaan.....	6
2. Data Produk	
a. Harga.....	17
b. Segmentasi Pasar.....	20
c. Potensial Pasar.....	21
d. Pesaing.....	22
B. Pengolahan Data.....	23
C. Penetapan-penetapan	
1. Tujuan Pemasaran.....	26
2. Tujuan Komunikasi.....	26
3. Strategi Komunikasi.....	27

BAB III. PERANCANGAN

A. Perencanaan Media

1. Tujuan Media.....	29
2. Strategi Media.....	29
3. Program Media.....	46
4. Biaya Media.....	50

B. Perencanaan Kreatif

1. Tujuan Kreatif.....	55
2. Strategi Kreatif.....	55
3. Program Kreatif.....	59
4. Biaya Kreatif.....	61

BAB IV. PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL

A. Lay out & Deskripsi Artistik.....	65
B. Laporan Disain Akhir.....	95

BAB V. PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Rumah sebagai 'papan' yang layak huni merupakan kepentingan pribadi manusia menuntut fungsi rumah itu sendiri sebagai tempat berlindung dari gangguan alam, sebagai daerah pribadi, dan sebagai tempat komunikasi keluarga. Dengan semakin bergesernya pola pikir manusia yang selalu menuntut keefektifan, kepraktisan atau kesimpelan, menjadikan rumah sebagai barang 'instan', sebagai bahan yang bisa dibeli, dijual maupun ditukar.

Kebutuhan akan barang 'instan' ini akan terus mengalami pertumbuhan di atas pertumbuhan nasional. Inilah yang membuat banyak pengembang saling berlomba menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, melalui diskon ataupun iming-iming hadiah yang lain. Kompetisi antar pengembang pun semakin tajam, dan dengan adanya berbagai tawaran serta pilihan membuat konsumen menjadi lebih selektif untuk mengambil keputusan membeli.

Perkembangan yang terjadi dalam dua tahun belakangan

ini adalah masih tetap tingginya bunga bank, hingga 18 %. Menjadikan konsumen properti lebih konsen/banyak pertimbangan dalam menentukan pilihan, mengenai lokasi termasuk fasilitas dan kemudahan dalam pembayaran. Disamping pertimbangan-pertimbangan lain ; sebagai tempat tinggal dengan prospek masa depan yang baik (investasi yang cukup baik), dan memiliki kemudahan akses dari lokasi ke tempat bekerja dan sebaliknya.

Bumi Serpong Damai atau BSD adalah hasil penyatuan visi dan misi dari empat pemuka bisnis di tanah air. Pada tahun 1985 mereka bergabung dengan para pemuka bisnis lainnya untuk mewujudkan suatu kawasan masa depan, Kota Mandiri yang Berkualitas. Sinergi yang terjadi kemudian direalisasikan dengan awal pengembangan konstruksi BSD di tahun 1989. Pada tahun 1996, visi dan misi para pelopor yang tergabung dalam BSD mulai menghasilkan kualitas dengan wujud kelengkapan fasilitas, kenyamanan hidup serta kepuasan pelanggan. Dengan luas lahan 6.000 hektar, sosok BSD sebagai Kota Mandiri perlahan menampakkan wujudnya. BSD adalah sebuah Land Mark yang turut mengangkat citra kawasan Serpong, Tangerang, Jawa Barat yang kini berkembang pesat. Para pengembang lain pun kini mengikuti visi dan misi dari para pelopor BSD.

Hal inilah yang cukup menjadi fenomena menarik, dengan banyaknya pengembang yang ikut-ikutan menggunakan konsep KOTA, dengan membawa korporat image yang hampir sama.

B. RUMUSAN MASALAH

Sesuai dengan latar belakang permasalahan, maka pokok permasalahan yang dihadapi dapat dirumuskan sbb :

" bagaimana merancang komunikasi visual yang efektif dan efisien mampu menyampaikan informasi tentang Kota Mandiri Bumi Serpong Damai beserta produknya kepada masyarakat konsumen lewat kampanye periklanan di media "

C. TUJUAN PERENCANAAN dan PERANCANGAN

1. Memperoleh konsep yang tepat baik dari segi perencanaan media maupun segi kreatif
2. Memperoleh disain yang tepat sebagai langkah komunikasi kepada konsumen

D. LINGKUP PERANCANGAN

1. Perancangan konsep media dalam menunjang kampanye periklanan Kota Mandiri Bumi Serpong Damai
2. Perancangan konsep kreatif dalam menunjang kampanye periklanan Kota Mandiri Bumi Serpong Damai
3. Perancangan konsep visual dalam menunjang penjualan produk perumahan Kota Mandiri Bumi Serpong Damai

