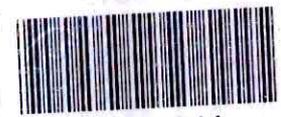


**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENUNJANG PROMOSI
PUSAT PENGEMBANGAN ANAK
YOGYA KIDS**



Oleh:

Dwi Nugroho



KT001344

**TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2000**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENUNJANG PROMOSI
PUSAT PENGEMBANGAN ANAK
YOGYA KIDS**



KARYA DISAIN

Oleh:

**Dwi Nugroho
NIM: 921 0582 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
2000**

Tugas Akhir Karya Desain ini telah diterima dan disetujui oleh Tim Penguji Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
Yogyakarta, 27 Juli 2000.



Drs. Sadjiman
Pembimbing I / Anggota



Drs. Arif Agung S., M.Sn.
Pembimbing II / Anggota



Drs. Aznar Zacky
Cognate / Anggota

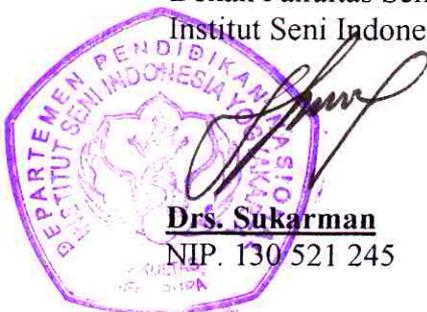


Drs. Baskoro S. Banindro
KPS Diskomvis / Anggota



Drs. M. Umar Hadi, M.S.
Ketua Jurusan Disain /
Ketua / Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,



Drs. Sukarman
NIP. 130 521 245

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis naikkan kepada Tuhan yang Maha Kasih karena atas perkenan-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini.

Penulis menyadari bahwa selesainya Tugas Akhir ini tak lepas dari dukungan dan bantuan semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Made Bandem, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs. M. Umar Hadi, M.S., selaku Kepala Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Tata Tjandrasat, selaku Sekretaris Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Baskoro Suryo B., selaku Kepala Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Drs. Sadjiman, selaku Dosen Pembimbing I, atas semua arahan, saran, dan bimbingannya.
7. Bapak Drs. Arif Agung S., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II, atas semua arahan, saran, dan bimbingannya.

8. Bapak Onny Soewasono, selaku Pengelola Pusat Pengembangan Anak Yogya Kids, atas bantuan dan kesempatan yang telah diberikan.
9. Bapak Agus Heri Wibowo, selaku Pimpinan Percetakan *Glory Advertising*, atas dukungan dan kesempatan yang diberikan.
10. Bapak Ferry Teguh Setiawan, atas bantuan *PC, printer*, dan kameranya.
11. Bapak H. Joko Amboro S.W., atas bantuan transportasinya.
12. Yohan Indra Halim, atas pinjaman *PC*-nya.
13. Leonardus Danar D.P., S.Sn., atas bantuannya.
14. Ongky dan Totok di Mekar Cipta *Advertising*, atas informasi yang telah diberikan mengenai biaya media.
15. Bowo, atas pinjaman kamera dan *tripod*-nya.
16. Duwik, personel sablon *Glory Advertising*, atas pinjaman motornya.
17. Orang tua, kakak, dan adik-adikku, yang memberikan semangat dan dukungan moral lainnya.
18. Semua pihak yang telah memberi bantuan dan dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan memberkati segala jasa baik dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Yogyakarta, 8 Juni 2000

Penulis.

DAFTAR ISI

BAB	HALAMAN
JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Lingkup Perancangan	4
1. Daerah Perancangan.....	4
2. Daerah Jangkauan.....	4
E. Langkah-langkah Perancangan	5
BAB II INVENTARISASI DAN IDENTIFIKASI DATA	6
A. Pengumpulan Data	6
1. Data Produk.....	6
2. Data Pemasaran.....	16
B. Analisis Data	22
1. Analisis Data.....	22
2. Kesimpulan Analisis Data.....	24

C. Sintesis	24
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran.....	24
2. Tujuan dan Strategi Periklanan.....	24
BAB III KONSEP	26
A. Konsep Media	26
1. Tujuan Media	26
2. Strategi Media.....	27
3. Program Media	31
4. Biaya Media dan Kreatif	34
B. Konsep Kreatif	43
1. Tujuan Kreatif.....	44
2. Strategi Kreatif.....	44
3. Program Kreatif.....	47
BAB IV <i>LAYOUT</i>	54
A. Prinsip Dasar <i>Layout</i>	54
B. Aplikasi Prinsip Dasar <i>Layout</i>	56
C. Alternatif <i>Layout</i>	61
1. Layout Kasar.....	61
2. Layout Eksekusi.....	61
D. Desain <i>Final</i>	95
BAB V PENUTUP	112
A. Kesimpulan	112

B. Saran	112
LAMPIRAN	114
DAFTAR PUSTAKA	118
NARA SUMBER	119





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Harton dan Hunts, seperti yang dikutip oleh H. Yad Mulyadi dkk., salah satu fungsi pendidikan adalah untuk membantu orang mengembangkan potensi dirinya dalam rangka memenuhi kebutuhan pribadi dan pembangunan masyarakat.¹ Fungsi pendidikan tersebut dapat dilaksanakan di jalur pendidikan sekolah maupun luar sekolah.

Pendidikan prasekolah, seperti yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah RI nomor 27 tahun 1990, didefinisikan sebagai pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani anak didik di luar lingkungan keluarga sebelum memasuki pendidikan sekolah atau di jalur pendidikan luar sekolah.² Bentuk satuan pendidikan prasekolah antara lain adalah taman kanak-kanak dan kelompok bermain (*playgroup*). Taman kanak-kanak dan *playgroup* berada di jalur pendidikan yang berbeda, taman kanak-kanak berada di jalur pendidikan sekolah, sedangkan *playgroup* berada di jalur luar sekolah.

Pendidikan prasekolah, menurut Elga Andriana, dalam penyelenggaraan pendidikannya menggunakan salah satu dari dua konsep di

¹H. Yad Mulyadi *et al.*, *Panduan Belajar Sosiologi* (Jakarta: Yudhistira, 1997), p. 134.

²RI, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, No. 27 Th. 1990, "Pendidikan Prasekolah," Bab I, pas. 1, ay. 1.

bawah ini :

1. Konsep belajar secara instruktif, artinya guru atau pendidik berperan lebih aktif daripada anak didiknya dalam proses belajar mengajar.
2. Konsep belajar sambil bermain, artinya anak terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran melalui aktivitas permainan.³

Dari kedua konsep tersebut, konsep belajar sambil bermain merupakan konsep yang paling sesuai untuk menjalankan fungsi pendidikan prasekolah. Karena dengan bermain, aspek-aspek perkembangan anak, seperti: motorik, kreativitas, kecakapan sosial, maupun kognitif, serta perkembangan motivasional akan bertumbuh.

Di Kotamadya Yogyakarta telah banyak berdiri taman kanak-kanak dan *playgroup*, namun dalam kenyataannya masih banyak dijumpai lembaga-lembaga pendidikan prasekolah yang menggunakan konsep belajar secara instruktif dalam penyelenggaraan pendidikannya. Melihat kondisi tersebut, Pusat Pengembangan Anak Yogya Kids yang terletak di jalan Sorosutan 6-B hadir sebagai wadah pendidikan bagi anak-anak yang menerapkan konsep belajar sambil bermain. Pusat pengembangan anak ini terdiri dari dua kelas, yaitu kelas *playgroup* untuk anak-anak usia 2–4 tahun dan kelas taman kanak-kanak untuk anak-anak usia 4–6 tahun.

Sejak berdirinya pada tahun 1995, kehadiran Yogya Kids belum

³Elga Andriana, Koordinator Sekolah di Lembaga Studi Pengembangan Perempuan dan Anak, wawancara lewat telpon, 20 September 1999. Dikutip dengan ijin.

dikenal secara luas oleh masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Upaya-upaya promosi yang dilakukan untuk menginformasikan keberadaannya masih belum terencana dan tepat sasaran. Dari tahun ke tahun jumlah anak yang mengikuti program belajar di Yogya Kids ternyata masih belum memenuhi kapasitas yang disediakan. Kondisi yang kurang menyenangkan ini masih diperhadapkan oleh munculnya lembaga pendidikan lain yang sejenis.

Untuk mengantisipasi kondisi yang mengancam keberadaan Yogya Kids tersebut, perlu dilakukan usaha-usaha promosi melalui kampanye periklanan yang terencana dan berkesinambungan agar keberadaan Yogya Kids semakin dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat semakin tertarik untuk menggunakan jasa Pusat Pengembangan Anak Yogya Kids.

B. Rumusan Masalah

1. Media apa saja yang secara efektif dan efisien dapat digunakan untuk menjangkau khalayak sasaran yang dituju?
2. Bentuk kreatif yang bagaimana yang digunakan untuk memperkenalkan Pusat Pengembangan Anak Yogya Kids sehingga khalayak sasaran yang dituju dapat dipengaruhi dan tertarik menggunakan jasa Pusat Pengembangan Anak Yogya Kids?

C. Tujuan Perancangan

1. Memperoleh konsep desain dengan cara menetapkan perencanaan media dan kreatif.

2. Memperoleh desain yang persuasif, artistik, dan informatif.

C. Lingkup Perancangan

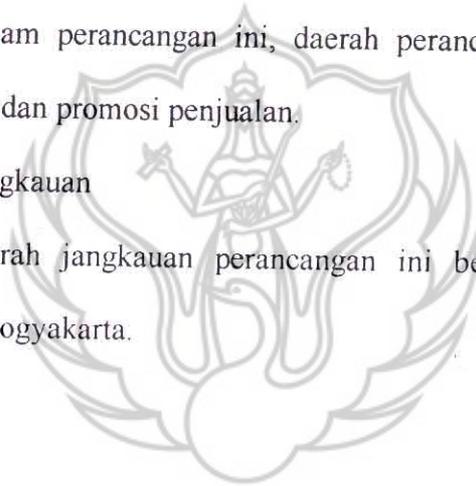
1. Daerah Perancangan

Daerah perancangan erat kaitannya dengan *promotional mix*. *Promotional mix* merupakan bagian dari *marketing mix* yang terdiri dari empat macam variabel. Variabel-variabel tersebut adalah: periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan.

Dalam perancangan ini, daerah perancangannya adalah variabel periklanan dan promosi penjualan.

2. Daerah Jangkauan

Daerah jangkauan perancangan ini berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.



E. Langkah-langkah Perancangan

