

**PENGANTAR KARYA
TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN *PRINT AD*
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE “*GO ORGANIC*”
DI WILAYAH SOLO**



Disusun Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Seni Rupa Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh :

Rizky Wilda Amelia
C0711025

**S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN *PRINT AD*
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE “GO ORGANIC”
DI WILAYAH SOLO

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji TA

Pada Tanggal : 7 Januari 2016

Menyetujui,

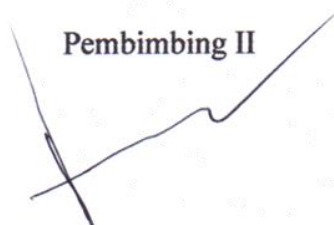
Pembimbing I



Drs. Putut H. Pramono, M.Si.

NIP. 1955061211980031014

Pembimbing II



Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn., Dipl. Art

NIP. 197905212002121002

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir



Ercilia Rini Octavia, S.Sn., M.Sn.

NIP.198010112008122001

PENGESAHAN

Konsep Karya Tugas Akhir

PERANCANGAN *PRINT AD* SEBAGAI MEDIA KAMPANYE "*GO ORGANIC*" DI WILAYAH SOLO

Dinyatakan Lulus Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji
dalam Sidang Ujian Tugas Akhir
Pada Hari Kamis, 07 Januari 2016

Tim Penguji,

Ketua Sidang Ujian Tugas Akhir
Drs. M. Suharto, M.Sn.
NIP. 195612201986031003

Sekretaris Sidang Ujian Tugas Akhir
Anugrah Irfan Ismail
NIP. 198307022008121003

Pembimbing 1 Tugas Akhir
Drs. Putut H. Pramono, M.Si.
NIP. 1955061211980031014

Pembimbing 2 Tugas Akhir
Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn, Dipl. Art
NIP.197905212002121002

Mengetahui,


Dekan
Fakultas Seni Rupa dan Desain
Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D
NIP. 196207081992031001


Ketua Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual
Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn, Dipl. Art
NIP.197905212002121002

PERSEMBAHAN

*Karya ini penulis persembahkan untuk-Nya,
yang sudah memberikan kesempatan hidup lebih lama*

MOTTO

Perlakukan orang lain sebagaimana kau ingin diperlakukan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat, bimbingan, serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini meskipun dengan berbagai hambatan yang ada. Dengan bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, maka penulisan Konsep Karya Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN *PRINT AD* SEBAGAI MEDIA KAMPANYE “GO ORGANIC” DI WILAYAH SOLO** ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Drs. Ahmad Adib, M.Hum, Ph.D selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn, Dipl.Art selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual dan pembimbing II yang telah memberikan arahan dan kritik yang membangun.
3. Drs. Putut H. Pramono, M.Si. selaku pembimbing I yang selalu memberikan masukan, arahan, dan saran yang sangat membantu.
4. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Seni khususnya S1 Desain Komunikasi Visual.
5. Dinas Pertanian Surakarta yang sudah membantu memberikan informasi.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu membantu, mendukung dan mendoakan demi kelancaran Tugas Akhir ini.
7. Untuk Himawan yang selalu memberikan semangat dan bersedia membantu kapanpun dan di manapun.

8. Untuk sahabat-sahabat tercinta Mbak O, Imeh, Westrika, Elly, Gilang, Erin, Dita, yang selalu mendoakan, menghibur dan memberikan semangat selama pengerjaan Tugas Akhir.
9. Teman-teman kos Gunasih, Lintang, dek Rissa yang bersedia menemani saat-saat menyelesaikan karya Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan S1 DKV 2011 yang selama ini sudah banyak membantu, memberikan semangat, kenangan, dan pengalaman yang tak terlupakan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Konsep Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca untuk menyempurnakan Karya Tugas Akhir ini. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan penulis berharap semoga apa yang telah penulis susun ini dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi pembaca.

Surakarta, 27 Desember 2015

Penulis,

Rizky Wilda Amelia

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
D. Target <i>Audience</i>	3
E. Target Karya	4

F. Metode Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Perancangan	7
B. <i>Print Ad</i> (Iklan Cetak)	7
1. Pengertian <i>Print Ad</i>	7
2. Kelebihan <i>Print Ad</i>	8
3. Unsur-Unsur Visual Dalam Iklan.....	10
4. <i>Layout</i> Iklan Cetak	12
5. Pertimbangan <i>Layout</i> Iklan.....	15
C. Kampanye.....	16
D. Organik	19
1. Pengertian	19
2. Gaya Hidup Organik dalam Keseharian	20
3. Cara Memilih Bahan-Bahan Organik	20
4. Langkah Sederhana dan Mudah Beralih ke Organik.....	22
BAB III IDENTIFIKASI DATA	23
A. Dinas Pertanian Surakarta.....	23
1. Tentang Dinas Pertanian Surakarta	23
2. Visi dan Misi	23
3. Struktur Organisasi.....	24
4. Tugas Pokok dan Fungsi	27
5. Program	27
6. Perkembangan Bahan Pangan Organik di Solo.....	29

B. Komparasi	29
1. Komunitas Organik Indonesia.....	29
2. Pasar Organik Jogja (POJOG)	32
C. Analisa SWOT	34
D. <i>Unique Selling Proposition</i> (USP).....	36
E. <i>Positioning</i>	37
F. Hasil Riset.....	37
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	44
A. Metode Perancangan.....	44
B. Strategi Kreatif.....	46
C. Strategi Visual	47
1. Strategi Visual Verbal	47
2. Strategi Visual Non Verbal	48
D. <i>Media Placement</i>	50
1. <i>Print Ad</i>	50
2. Media pendukung.....	51
3. <i>Stationery</i>	54
E. Prediksi Biaya.....	54
BAB V VISUALISASI KARYA	56
A. <i>Media Print Ad</i>	56
1. <i>Print Ad</i> “Bahaya Pestisida”	56
2. <i>Print Ad</i> “Pilihlah sayur dan Buah Tidak Hanya dari Fisik”	58
3. <i>Print Ad</i> “Sayur dan Buah Organik untuh Tubuh Sehat”	59

4. <i>Print Ad</i> “Konsumsi Air Mineral untuk Gaya Hidup Organik”	60
5. <i>Print Ad</i> “Seimbangkan Gaya Hidup Organik dengan Olahraga”	61
6. <i>Print Ad</i> “Berkebun untuk Memenuhi Kebutuhan Organik”	62
7. <i>Print Ad</i> “Gunakan Bahan Berkebun yang Ramah Lingkungan”	63
8. <i>Print Ad</i> “Hindari Berat Badan Berlebih dengan Hidup Organik”	64
9. <i>Print Ad</i> “Bahaya Residu Pestisida bagi Ibu Hamil”	65
10. <i>Print Ad</i> “Cantik Alami dengan Organik”	66
B. Media Pendukung	67
1. Poster Digital	67
2. Poster Cetak “Quotes”	69
3. Poster Cetak “Carrot”	70
4. Poster Cetak “Onion”	71
5. Poster Cetak “Brocoli”	72
6. Poster Cetak “Tomato”	73
7. <i>Notebook</i>	74
8. <i>T-Shirt</i>	75
9. Botol Minum	76
10. Pot Tanaman.....	77
11. Tas Belanja	78
12. Keranjang	79

C. <i>Stationery</i>	80
1. KOP Surat	80
2. Amplop Surat	81
3. CD	82
4. Kartu Nama	83
5. Pensil dan Pulpen	84
BAB VI KESIMPULAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	5
Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi Dinas Pertanian Surakarta.....	26
Gambar 3. Gambar Facebook KOI	31
Gambar 4. Gambar Twitter KOI	31
Gambar 5. Gambar Instagram KOI.....	32
Gambar 6. Gambar Facebook POJOG	33
Gambar 7. Gambar <i>Print Ad</i> “Bahaya Pestisida”	56
Gambar 8. Gambar <i>Print Ad</i> “Pilihlah sayur dan Buah Tidak Hanya dari Fisik”	58
Gambar 9. Gambar <i>Print Ad</i> “Sayur dan Buah Organik untuh Tubuh Sehat”	59
Gambar 10. <i>Print Ad</i> “Konsumsi Air Mineral untuk Gaya Hidup Organik”	60
Gambar 11. <i>Print Ad</i> “Seimbangkan Gaya Hidup Organik dengan Olahraga”	61
Gambar 12. <i>Print Ad</i> “Berkebun untuk Memenuhi Kebutuhan Organik”	62
Gambar 13. <i>Print Ad</i> “Gunakan Bahan Berkebun yang Ramah Lingkungan”	63
Gambar 14. <i>Print Ad</i> “Hindari Berat Badan Berlebih dengan Hidup Organik”	64
Gambar 15. <i>Print Ad</i> “Bahaya Residu Pestisida bagi Ibu Hamil”	65
Gambar 16. <i>Print Ad</i> “Cantik Alami dengan Organik”	66

Gambar 17. Gambar Poster Digital.....	67
Gambar 18. Gambar Poster Cetak “Quotes”	69
Gambar 19. Gambar Poster Cetak “Carrot”	70
Gambar 20. Gambar Poster Cetak “Onion”	71
Gambar 21. Gambar Poster Cetak “Brocoli”	72
Gambar 22. Gambar Poster Cetak “Tomato”	73
Gambar 23. Gambar <i>Notebook</i>	74
Gambar 24. Gambar <i>T-Shirt</i>	75
Gambar 25. Gambar Botol Minum	76
Gambar 26. Gambar Pot Tanaman.....	77
Gambar 27. Gambar Tas Belanja	78
Gambar 28. Gambar Keranjang	79
Gambar 29. Gambar KOP Surat	80
Gambar 30. Gambar Amplop Surat	81
Gambar 31. Gambar CD	82
Gambar 32. Gambar Kartu Nama	83
Gambar 33. Gambar Pensil dan Pulpen	84

**PERANCANGAN *PRINT AD*
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE “GO ORGANIC”
DI WILAYAH SOLO**

Rizky Wilda Amelia¹

Drs. Putut H. Pramono, M.Si.²

Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn, Dipl. Art³

ABSTRAK

2016, Rizky Wilda Amelia. *Print Ad* merupakan salah satu media yang menggunakan elemen gambar/foto, huruf/*font*, warna serta komposisi yang dapat menjadikan pesan yang akan disampaikan menjadi lebih jelas dan menarik. Kampanye *Go Organic* ini menggunakan media *Print Ad* karena dirasa sesuai dengan target audiensnya. Perancangan *Print Ad* sebagai media kampanye *Go Organic* bertujuan untuk mempersuasi warga Solo agar memulai gaya hidup organik. Tidak hanya sekedar mengkonsumsi sayur ataupun buah organik, namun juga memberikan edukasi agar warga mampu memenuhi kebutuhan bahan pangan organiknya dengan cara berkebun.

Kata Kunci : , kampanye, gaya hidup, *print ad*, desain komunikasi visual

¹ Mahasiswa Jurusan Deskomvis Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan NIM C0711025

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II

PRINT AD PLANNING AS “GO ORGANIC” CAMPAIGN MEDIA IN SOLO

Rizky Wilda Amelia⁴

Drs. Putut H. Pramono, M.Si.⁵

Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn, Dipl. Art⁶

ABSTRACT

2016, Rizky Wilda Amelia. Print Ad is one of media using pictures or photos, word or font, color and layout that can make the message more clear and interesting. This Go Organic campaign is using Print Ad media because it is appropriate with the target audience. Print Ad planning as campaign media of Go Organic is aimed to persuade citizens of Solo to start organic lifestyle. Not only consume organic vegetables and organic fruit, but Go Organic campaign also give an education for the citizens to be able to fulfill their organic food's needs by gardening.

Keywords: organic, campaign, lifestyle, print ad, graphic design

⁴ Student of Visual Communication Design Faculty of Art and Design Sebelas March University
NIM C0711025

⁵ Guide Lecture I

⁶ Guide Lecture II