

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR

STRATEGI PROMOSI
BOGA JATI SOUVENIR DAN FURNITURE
MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL



Diajukan sebagai Prasyarat untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir
Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
D3 Desain Komunikasi Visual

Oleh
CINTHIA ARNISTA PURNAMASARI
C9505027

D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010

LEMBAR PERSETUJUAN

Konsep Karya Tugas Akhir dengan Judul :

STRATEGI PROMOSI BOGA JATI SOUVENIR DAN FURNITURE MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Telah disetujui dan diterima untuk diajukan dihadapan penguji

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Ahmad Kurnia W
NIP. 19430706 198003 1 001

Hermansyah M. S.Sn
NIP. 19711115 200604 1 001

Koordinator Tugas Akhir

Arief Iman Santosa S.Sn
NIP. 19790327 20050 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir

Diterima dan Disahkan oleh penguji tugas akhir program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada hari
....Januari 2010

Ketua Sidang Tugas Akhir

(Andreas Slamet Widodo, S.Sn)
NIP. 19751201 20011 2 002

.....

Sekretaris Sidang Tugas Akhir

(Esty Wulandari, S.Sos, M.Si)
NIP. 19791109 200801 2 015

.....

Penguji I

(Drs. Ahmad Kurnia W)
NIP. 194307026 198003 1 001

.....

Penguji II

(Hermansyah Muttaqin, S.Sn)
NIP. 19711115 200604 1 001

.....

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Ketua Program D3 DKV

(Drs. Sudarno, MA)
NIP. 19530314 1985061 1 001

(Andreas S Widodo, S.Sn)
NIP. 19751201 20011 2 002

MOTTO

Kekalahan adalah Kemenangan yang Tertunda

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak yang tidak pernah berhenti aku sayangi, yang selama ini telah membiayai aku sampai perguruan tinggi.
2. Ibu yang tidak pernah berhenti juga untuk aku sayangi, untuk setiap doa, perhatian dan kasih sayang yang selalu diberikan untukku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT karena berkah, rahmat dan karunia-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Sebagai syarat menempuh mendapatkan gelar Ahli Madya dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Perkembangan jaman yang begitu cepat membuat budaya tradisional diberikan ruang gerak yang terbatas sehingga semakin lama budaya tersebut menjadi pudar. Dari hal tersebut menjadikan alasan penulis mengangkat perusahaan yang bergerak dalam kerajinan tangan yang terfokus pada *souvenir* dan *furniture*. Penulis berharap dengan mengangkat Boga Jati Souvenir dan Furniture maka kebudayaan Indonesia akan tetap terjaga, disamping mempromosikan produk – produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini :

1. Drs. Sudarno, MA. Selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Andreas S Widodo, S.Sn. Selaku Pembimbing Akademik dan Ketua Program D3 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sastra dan Seni Rupa.
3. Arief Iman Santosa, S.Sn. Selaku koordinator Tugas Akhir program D3 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

4. Drs. Ahmad Kurnia W. Selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan dorongan yang begitu berharga.
5. Hermansyah M, S.Sn. Selaku Pembimbing II dalam penyelesaian Tugas Akhir yang selalu memberikan masukan yang sangat penting.
6. Bapak Laksono W, Bapak Joko beserta staff Tata Usaha D3 Desain Komunikasi Visual Universitas Sebelas Maret Surakarta.
7. Bastommy Wahyu Hariadi yang selalu setia menemaniku dan membantuku dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
8. Serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Teman – teman seperjuangan D3 Desain Komunikasi Visual Universitas Sebelas Maret Surakarta.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua orang, baik penulis dan bagi setiap orang yang membaca, untuk tetap melestarikan dan menjaga budaya agar selalu menjadi akar bangsa.

Surakarta, 21 Desember 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Perancangan	2
BAB II IDENTIFIKASI DATA	4
A. Data Produk	4
B. Target	9
C. Target Karya	10
D. Kompetitor Pesaing	11
BAB III KONSEP PERANCANGAN	13
A. Konsep Karya	13
B. Konsep Perancangan	16
C. Perencanaan Media	22
D. Teknik Pelaksanaan	23
BAB IV VISUALISASI KARYA	46
A. Media Lini Atas (<i>Above The Line Media</i>)	46

B. Media Lini Bawah (<i>Bellow The Line Media</i>)	49
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

STRATEGI PROMOSI BOGA JATI SOUVENIR DAN FURNITURE MELALU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Cinthia Arnista Purnamasari¹
Drs. Ahmad Kurnia W.² Hermansyah Muttaqin.S.Sn.³

ABSTRAK

2010. Karya tugas akhir ini mengetengahkan konsep strategi promosi perusahaan Boga Jati Souvenir dan Furniture dengan media Komunikasi Visual. Perusahaan Boga Jati Souvenir dan Furniture adalah perusahaan perseorangan yang bergerak dibidang industri kerajinan tangan yang berbahan kayu jati.

Strategi promosi perusahaan Boga Jati Souvenir dan Furniture dengan media desain komunikasi visual diantaranya menghasilkan karya desain item-item promosi seperti *X-Banner*, poster, brosur, *flyer* dan berbagai aksesoris yang mempromosikan perusahaan Boga Jati Souvenir dan Furniture itu.

Dalam kaitannya dengan upaya mempromosikan perusahaan Boga Jati Souvenir dan Furniture kepada masyarakat, selain penciptaan desain, di dalam tugas akhir ini dijabarkan dalam lima bab dan lampiran yaitu bab pendahuluan, identifikasi data, konsep perancangan promosi perusahaan Boga Jati Souvenir dan Furniture, serta bab penutup dan lampiran yang berisi *printout* karya-karya desainnya.

¹Mahasiswa program studi D3 Desain Komunikasi Visual dengan NIM C 9505027

²Dosen Pembimbing I

³Dosen Pembimbing II

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan zaman yang begitu cepat, tradisi dan budaya sedikit demi sedikit mulai terlupakan. Modernisasi dan globalisasi menggeser nilai – nilai budaya lokal yang menjadi kekuatan suatu negara. Sebagai contoh, negara yang sampai saat ini masih mempertahankan budaya dan tradisinya yaitu Jepang. Jepang masih mempertahankan budaya lokalnya, bahkan negara – negara diluar Jepang tertarik untuk mempelajari budayanya. Di Indonesia, budaya dan tradisi lokal begitu beragam, namun upaya untuk melestarikannya masih sangat kurang. Bahkan ada kecenderungan minder untuk mempelajari budaya negaranya sendiri.

Salah satu budaya dan seni Indonesia adalah ukir. Ukir adalah seni membuat gambar pada kayu, bambu, batu, logam dan bahan lainnya. Hasilnya berupa gambar atau hiasan yang indah berbentuk dua dimensi atau tiga dimensi. Sampai saat ini seni ukir masih berkembang di Indonesia.

Salah satu produk seni ukir adalah berupa souvenir dan furniture. *Boga Jati Souvenir dan Furniture* adalah salah satu perusahaan yang sampai saat ini masih berpegang teguh pada nilai – nilai budaya dengan menghasilkan produk ukir. Sebuah perusahaan yang berani membuat produk yang berbeda, dengan media kayu jati. Merupakan sebuah langkah baru produk *Souvenir dan Furniture* yang bermediakan kayu jati ini agar diterima masyarakat dikota Ngawi.

Perlu dilakukan langkah untuk mempromosikan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* agar lebih dikenal masyarakat lebih luas diluar kota Ngawi. Untuk itu perlu dibuat perancangan komunikasi visual untuk mempromosikan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

B. Rumusan Masalah

Dalam lingkungan masyarakat sekarang ini sebuah budaya dan tradisi sedikit demi sedikit mulai dilupakan. Bagaimana cara masyarakat lebih mengenali dan bangga akan budaya dan tradisinya dan itu sebagai kunci pokok. Oleh karena itu yang menjadi permasalahan penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang strategi kreatif untuk promosi yang tepat bagi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* ?
2. Bagaimana pemilihan media yang tepat bagi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* ?
3. Bagaimana mengangkat citra produk *Boga Jati Souvenir dan Furniture* agar lebih dikenal oleh masyarakat luas ?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan strategi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* agar tetap pada sasaran yang dituju adalah :

1. Dengan merancang sebuah desain promosi yang tepat untuk *Boga Jati Souvenir dan Furniture* secara *Simple, Unexpected, Persuasive, Entertaining, Relevant* dan *Acceptable* dimata masyarakat Indonesia.

2. Memilih media yang tepat bagi strategi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* baik merancang Media Lini Atas (*Above The Line*) ataupun dengan Media Lini Bawah (*Bellow The Line*).
3. Mengangkat citra produk *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dengan cara memberikan pengetahuan dan pengenalan lebih dalam tentang kerajinan kayu.

BAB II IDENTIFIKASI DATA

A. Data Produk

1. Sejarah Perusahaan

Perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* bergerak dalam bidang souvenir dan furniture. Perusahaan Boga Jati Souvenir dan Furniture selalu menghasilkan produk – produk souvenir dan furniture berkualitas dan mempunyai nilai artistik.

Pertama kali perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* didirikan pada tahun 1999 oleh Bapak Sunarko sebagai pendiri utama sekaligus pengelola perusahaan tersebut. Ide mendirikan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* tersebut datang dari sudut yang tidak terduga. Beliau melihat banyaknya sisa – sisa potongan kayu. Limbah – limbah kayu tersebut kemudian untuk dibuat menjadi souvenir. Lama – kelamaan beliau membeli kayu utuh dalam jumlah dan ukuran yang besar untuk dibuat souvenir. Kesuksesan souvenir bahkan sampai merambah ke produk furniture juga.

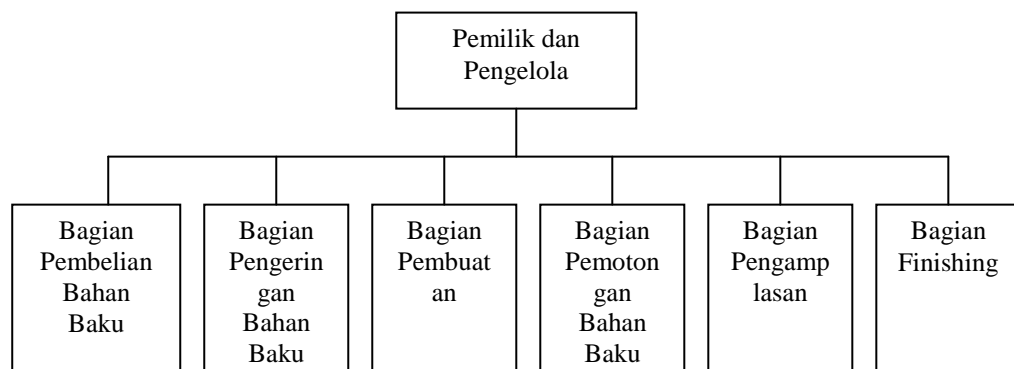
Boga Jati Souvenir dan Furniture adalah nama perusahaan yang diambil dari kata *Boga* yang artinya membuat, mengolah atau memasak dan *Jati* yang artinya terbuat dari bahan kayu jati. Semua produk yang dikerjakan di *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dipoles dengan sentuhan artistik sehingga menghasilkan ukiran yang unik.

Perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* memilih kawasan yang terletak tidak jauh dari kawasan hutan jati sebagai tempat usaha, dikarenakan

tempatnyanya sangat strategis yang terletak ditepi jalan raya dan berseberangan langsung dengan kawasan hutan jati. Tepatnya *Boga Jati Souvenir dan Furniture* berada di *Jalan Raya Ngawi – Solo Km. 16 Banjarejo, Ngawi, Telp 081359358648, 081359488098*.

2. Struktur Organisasi

Dibawah ini adalah struktur organisasi perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* :



- a. Pemilik dan Pengelola, bertugas sebagai kepala dari segala bagian dalam proses pembuatan souvenir dan furniture di *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.
- b. Bagian Pembelian Bahan Baku, bertugas membeli bahan baku seperti kayu jati untuk dibuat souvenir dan furniture.
- c. Bagian Pengerinan Bahan Baku, bertugas mengeringkan bahan baku dengan memasukkan bahan baku kedalam ruangan yang disebut dengan ruang oven.
- d. Bagian Pembuatan, bertugas merancang bahan baku yang sudah kering kemudian diukur menurut gambar rancangan lalu dipotong dengan menggunakan alat pemotong sehingga terbentuk sesuai dengan keinginan.

- e. Bagian Pengamplasan, bertugas memperhalus produk yang sudah dibentuk sehingga lebih bagus hasilnya.
- f. Bagian Finishing, bertugas memberi warna atau memplitur produk yang sudah jati dan diampelas lalu siap untuk diperjual belikan.

3. Jenis Produk

Perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* bergerak dalam bidang pembuatan souvenir dan furniture. Perusahaan ini menghasilkan produk – produk yang banyak diminati oleh para konsumennya. Contoh produk – produk Boga Jati adalah sebagai berikut :

- a. Souvenir

Souvenir yang dimaksud disini adalah cenderamata, hiasan, oleh – oleh yang terbuat dari bahan kayu jati.

- b. Furniture

Furniture yang dimaksud disini adalah perabotan rumah tangga meliputi meja, kursi, almari, buffet yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga maupun kantor. Perusahaan Boga Jati membuat furniture dengan menggunakan dua tema yaitu tradisional dan modern (minimalis).

- c. Ukir

Ukir adalah seni membuat gambar pada kayu, bambu, batu, logam dan bahan lainnya. Hasilnya berupa gambar atau hiasan yang indah dengan bagian – bagian yang cekung dan cembung yang biasa disebut dengan relief, ukiran ada juga yang berlubang (tembus). Ukiran yang digunakan di perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* biasanya memiliki

berbagai tema. Tema ini terinspirasi dari manusia, hewan, tumbuhan, alam bahkan suatu cerita.

d. Gembol

Gembol adalah kerajinan kayu yang berasal dari gembol jati yang sudah berbentuk fosil. Biasanya berasal dari akar kayu besar yang sudah mati. Nilai seni dari kayu ini sangat tinggi, karena setiap kayu memiliki corak garis yang berbeda – beda. Sehingga tidak mungkin dibuat ukiran yang sama persis, karena setiap kayu gembol jati memiliki alur yang berbeda – beda.

e. Primitif

Primitif adalah Kerajinan dari kayu jati yang berupa patung primitif atau patung kuno. Biasanya patung primitif ini dibuat menyerupai orang atau suku – suku yang ada di Indonesia. Perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* sengaja menyajikan produk primitif karena produk ini hampir punah dan sudah jarang sekali digunakan.

4. Mitra Kerja

Dalam usahanya menjual produk – produk yang dihasilkan, *Boga Jati Souvenir dan Furniture* memiliki relasi, rekan atau mitra bisnis yang tergolong cukup banyak. Selain dari dalam kota juga ada yang berada di luar kota Ngawi. Sebagai contoh kota – kota besar yang berada di Indonesia misalnya, Jakarta, Bandung, Riau, Palembang dll. Mitra bisnis yang berada di luar negeri juga ada yaitu Malaysia dan Singapura. Dari sekian mitra bisnis yang ada, memudahkan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* untuk menjual produk –

produk sehingga dapat lebih luas dikenal masyarakat baik dalam negeri maupun luar negeri.

5. Promosi yang pernah dilakukan

Promosi yang sudah dilakukan oleh perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* untuk meningkatkan pemasaran adalah selain dari pihak perusahaan sendiri yakni dengan mendirikan outlet yang berada di Ngawi. Adapun promosi yang sudah ditempuh adalah sebagai berikut :

a. Pengadaan Materi Promosi

Tujuan mengadakan materi promosi mengenai *Boga Jati Souvenir dan Furniture* yaitu untuk meningkatkan penyebaran informasi mengenai produk yang dihasilkan oleh Boga Jati. Materi promosi yang pernah dibuat adalah papan nama yang ada di depan perusahaan yang dapat membantu promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.



b. Sales

Melalui sales ini dengan tujuan meningkatkan dalam kegiatan – kegiatan promosi untuk melakukan promosi didepan toko untuk menarik perhatian dan minat pembeli guna mendongkrak penjualan.

B. Target

Target Audience yang ingin dicapai oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture* meliputi aspek – aspek berikut ini :

1. Target Market

a. Demografis

- 1) Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- 2) Usia : 19 s/d 50 tahun
- 3) Pendidikan : SMA dan Perguruan Tinggi
- 4) Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa, Pegawai Negeri dan Wiraswasta.
- 5) Sosial Ekonomi : Menengah ke atas.

b. Geografis

Kota Ngawi, Magetan, Madiun, Ponorogo dan sekitarnya.

2. Target Audience

Psikografis : Masyarakat yang memiliki gaya hidup modern dan menggemari barang – barang berbahan natural atau alami terutama berbahan kayu.

C. Target Karya

Target Karya yang harus dicapai guna mendukung strategi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* adalah :

1. Logo
2. Media Lini Atas (*Above the line media*)
 - a. Iklan Tabloid
 - b. Baliho
 - c. *Sign Board*
3. Media Lini Bawah (*Bellow the line media*)
 - a. Kartu Nama (*Name Card*)
 - b. Kop Surat (*Letter Head*)
 - c. Amplop (*Envelope*)
 - d. Map
 - e. Nota
 - f. Brosur (*Brochure*)
 - g. *Flyer*
 - h. *Hanging Mobile*
 - i. *Flag Chain*
 - j. Katalog
 - k. *X-Banner*
 - l. Kaos
 - m. PIN
 - n. Mug

- o. Kalender
- p. Sticker
- q. Jam Dinding
- r. *Block Note*
- s. *Paper Bag*

D. Kompetitor / Pesaing

Dalam setiap melakukan suatu usaha pasti ada pesaing atau kompetisi dalam memperjualbelikan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Dalam perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* pun juga mempunyai pesaing diantaranya adalah :

1. *Galih Jati Art*

Galih Jati Art adalah Perusahaan yang juga bergerak dalam bidang kerajinan kayu. *Galih Jati Art* menjadi pesaing *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dalam memperjualbelikan produk yang dihasilkan. Namun dalam usaha perusahaan *Galih Jati Art* jauh tertinggal dengan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Hal ini dikarenakan media promosi yang digunakan hanya menggunakan papan nama didepan perusahaan saja. Selain itu, produk yang dihasilkan oleh *Galih Jati Art* hanya meliputi souvenir dan furniture saja. Sedangkan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* selain menggunakan papan nama di depan perusahaan, juga menggunakan sales untuk membantu dalam strategi promosi. *Boga Jati Souvenir dan Furniture* tidak hanya menghasilkan souvenir dan furniture saja, tetapi juga menghasilkan ukir, gembol dan primitif.

2. Jati Waluyo

Jati Waluyo adalah Perusahaan yang juga bergerak dalam bidang kerajinan kayu sama dengan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dan *Galih Jati Art*. Strategi promosi yang selama ini digunakan oleh *Jati Waluyo* sama dengan yang dilakukan oleh *Galih Jati Art* yaitu hanya menggunakan papan nama yang diletakkan didepan perusahaan. Hal ini yang menjadi kekurangan *Jati Waluyo* dibanding dengan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Hanya saja, *Jati Waluyo* memiliki kelebihan dalam hal memproduksi produk dibanding kedua perusahaan tersebut. *Jati Waluyo* lebih banyak memproduksi Furniture. Sedangkan kelemahan *Jati Waluyo* dalam hal memproduksi produk hanyalah terbatas. *Jati Waluyo* hanya memproduksi souvenir dan tidak memproduksi ukir, gembol dan primitif.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Karya

Penunjang keberhasilan dalam pembuatan kampanye periklanan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*, diperlukan perencanaan gagasan ide dan tema pokok iklan yang cermat dan efektif dalam membidik khalayak sasaran sesuai dengan tujuan yang dihadapkan.

Pembuatan kampanye periklanan ini direncanakan dengan menggunakan ilustrasi hasil fotografi, tanda – tanda, gambar / *symbol*, tipografi yang menggambarkan karakter *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dengan memperhitungkan dan membayangkan bagaimana suatu gambar, kata atau kalimat akan ditampilkan sebagaimana iklan itu dibaca. *Boga Jati Souvenir dan Furniture* juga akan menggunakan gaya desain klasik minimalis. Adapun konsep perancangan kampanye periklanan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* meliputi :

1. Pendekatan Kreatif

Pendekatan Kreatif adalah bagaimana cara kita menyampaikan pesan atau nilai yang terkandung dari *brand* yang kita usung melalui bahasa visual dan *copy* agar tepat pada sasaran *audience*, sehingga pesan atau nilai (materi periklanan) yang terkandung dalam strategi promosi tersebut dapat dipahami dan dimengerti oleh masyarakat. Strategi ini sengaja dibuat untuk menarik konsumen yang diakhiri tindakan *audience*. Perencanaan ini melalui proses kreatif lewat perangkat komunikasi visual sebagai penyampai pesan atau

gambar yang efektif dalam membangun image *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

Pertimbangan yang diambil dalam perencanaan promosi untuk kampanye periklanan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* berdasarkan rumus AIDCA (*Rhenald Kasali, 1992 : 1982*) sebagai berikut :

a. Perhatian (*Attention*)

Iklan ini dibuat agar menarik perhatian khalayak, yakni dengan pemilihan posisi iklan tepat dan pemilihan ilustrasi, tipografi, *headline* serta warna yang sesuai dengan karakter *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dan memperkuat kalimat atau *body copy* yang persuasif yang mempunyai kesan elegan.

b. Keinginan (*Interest*)

Setelah mendapatkan perhatian, dilanjutkan dengan membuat khalayak sasaran yang berminat untuk ingin yang lebih jauh. Disinilah bisa memunculkan ilustrasi atau gambar yang sesuai dengan karakteristik *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dan diperkuat dengan keorisinilan penampilan dan penyusunan *body copy* yang sifatnya menjelaskan produk yang ditawarkan.

c. Keinginan (*Desire*)

Menampilkan *body copy* yang menimbulkan rasa untuk menikmati produk yang ditawarkan dengan memberikan penawaran – penawaran menarik seperti pemberian souvenir atau tawaran paket promo *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dengan harga murah atau dengan *diskon* (potongan harga).

d. Rasa Percaya (*Conviction*)

Menciptakan keyakinan kepada khalayak sasaran bahwa produk *Boga Jati Souvenir dan Furniture* adalah 100% terbuat dari bahan kayu jati pilihan.

e. Tindakan (*Action*)

Usaha terakhir yang harus dilakukan adalah membidik khalayak sasaran agar berminat membeli produk *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2. *Positioning*

Positioning mempunyai definisi yang sangat inti dari segala sesuatu yang kita inginkan agar dipikirkan, dipasarkan dan dipercaya oleh khalayak sasaran mengenai produk *Boga Jati Souvenir dan Furniture*, dimana akan dapat membedakannya dari produk – produk yang lainnya yang sejenis. (*Rhenald Kasali, 1995 : 157*)

Untuk itu perlu ditanamkannya sebuah citra atau image ke dalam benak khalayak sasaran. Suatu cerita bisa sangat kaya akan makna atau sederhana. Citra dapat berjalan stabil, konsisten dari waktu ke waktu, dipercaya oleh jutaan pengalaman.

Boga Jati Souvenir dan Furniture sudah memiliki *Brand Image* yang membedakannya dengan produk – produk lainnya, sehingga positioning dari kampanye ini adalah “ *Boga Jati Souvenir dan Furniture dengan citra rasa seni yang tinggi sesuai dan tren terbaru*”

3. *Unique Selling Proposition (USP)*

Keunikan yang dimiliki *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dibanding dengan perusahaan lain adalah produk yang dihasilkan lebih beraneka ragam,

meliputi souvenir, furniture, ukir, gembol dan primitif. Pengerjaan dalam pembuatan produk juga dilakukan dengan baik dan halus. Produk yang dihasilkan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* banyak digemari masyarakat kota Ngawi.

B. Konsep Perancangan

Berdasarkan pertimbangan yang diambil dalam perancangan promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture*, maka unsur – unsur pendukung desain secara keseluruhan dalam menentukan bentuk visual adalah sebagai berikut :

1. Konsep Verbal

Konsep Verbal meliputi naskah kepala berita (*headline*), teks (*body copy*), slogan (*keyword*).

a. Kepala Berita (*Headline*)

Headline yang juga disebut sebagai kepala berita / pesan, *headline* merupakan *copy* yang paling penting, dengan kalimat yang terdiri dari beberapa kata saja dan dibuat agar lebih mudah terbaca, dipahami dan harus mampu membuat perhatian *audience* tertarik pada tema atau produk yang ditawarkan pada iklan ini. Guna meraih hal ini, diperlukan kata – kata yang bersifat membujuk masyarakat dan sesuai dengan panjang ruang yang tersedia untuk memberikan pengaruh yang optimal.

b. Teks (*Body Copy*)

Body Copy mempunyai kegunaan yakni memberikan uraian secara terperinci (informatif) mengenai komposisi yang tercantum didalam *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2. Konsep Non Verbal

a. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan karena sering dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata – kata (*Dendi Siduana, 1996 : 37*). Ilustrasi yang dimaksud dalam hal ini adalah foto. Pada materi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* akan menggunakan foto sebagai ilustrasi iklan.

Definisi foto adalah Rekaman visual suatu peristiwa yang diambil dengan kamera dan berlangsung secara cepat dan tepat. Dengan menggunakan foto produk yang ditawarkan, bisa dilihat secara langsung oleh khalayak dan dapat melihat produk asli dari perusahaan.

b. Tipografi

Tipografi adalah Seni mengatur (*setting* atau pengaturan) dan memilih jenis huruf (*type*) dari ratusan jumlah rancangan atau jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata – kata sesuai dengan ruang yang tersedia dan menandai naskah untuk *typesetting*, menggunakan ketebalan dan

ukuran huruf yang berbeda kemudian mencetaknya (*Frank Jefkins, 1995 : 248*).

Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan, kemenarikan dan desain huruf tertentu yang dapat menciptakan gaya dan karakter atau menjadi karakteristik subjek yang diiklankan. Didalam perencanaan periklanan ini akan dibuat menggunakan huruf :

1) La Bamba LET

Huruf yang memiliki unsur dekoratif, berkesan elegan dan sangat unik sehingga dapat membangkitkan perhatian yang ada. Alasan pemilihan jenis huruf ini adalah dapat memberikan keunikan tersendiri dalam layout yang ditampilkan nanti, sehingga dapat menambah perhatian masyarakat yang melihat.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

2) Bodoni BdCn BT

Bodoni BdCn BT adalah huruf yang termasuk dalam kategori Serif. Jenis huruf ini sangat sering digunakan dalam layout sebagai desain. Alasan pemilihan jenis ini adalah mudah dibaca dan sangat jelas.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

3) Banff Normal

Jenis huruf ini mempunyai bentuk yang unik dan termasuk dalam jenis huruf dekoratif yang terkesan tulisan tangan seperti lebih memiliki karakter tersendiri dari pada jenis huruf yang lainnya. Oleh karena itu, jenis huruf ini sesuai digunakan sebagai *headline*.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

c. Warna

Warna berperan untuk mempengaruhi dan merangsang mata manusia sehingga dapat membangkitkan ketertarikan dan emosi pemirsanya. Warna yang digunakan dalam layout desain *Boga Jati Souvenir dan Furniture* disesuaikan dengan konsep utama dari sebuah desain itu sendiri. Semua warna yang berhubungan dengan apa yang digambarkan sebuah budaya tradisional dan budaya modern. Namun demikian dikarenakan pada pembuatan pada materi promosi ini lebih banyak menggunakan gambar, maka warnapun disesuaikan dengan gambar yang digunakan. Warna – warna tersebut adalah putih, coklat dan hitam. Warna putih yang mempunyai arti idealis dan anggun. Warna coklat yang mempunyai arti maskulin, kenyamanan dan kesederhanaan. Sedangkan warna hitam mempunyai arti ketegasan, misterius, kekuatan, keberanian dan perfeksionis.



C: 0 M:0 Y:0 K:0



C: 0 M:20 Y:40 K:40



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

d. *Layout*

Layout adalah Penataan dan penggabungan dari semua unsur visual yang ada sehingga membentuk suatu keharmonisan dalam tata ruang sebuah iklan. Merencanakan bentuk perwajahan atau tata rupa dan tata letak suatu bidang. Iklan seperti *copy*, ilustrasi dan elemen desain lainnya melalui prinsip desain *balancing*, *harmony*, *unity* dan sebagainya.

Dalam penyusunan letak – letak unsur iklan, kita dapat menempuh keseimbangan dan komposisi simetris dan asimetris. Simetris terkesan mantap, monoton antara unsur kiri dan kanan, atas dan bawah sama bila ditarik garis tengah. Sedangkan posisi asimetris lebih terkesan dinamis dan tidak monoton. Adapun jenis – jenis layout adalah sebagai berikut :

1) *Picture Window*

Tata letak dimana gambar dan ilustrasi mendominasi ruangan kemudian diikuti dengan *headline*, *bodycopy*, logo dan nama perusahaan.

2) *Copy Heavy Layout*

Tata letak dimana *headline* dan *bodycopy* paling mendominasi.

3) *Frame Layout*

Tata letak dengan menggunakan border ditepinya dengan menggunakan rangkaian produk yang dihasilkan sebagai border tersebut.

4) *Panel Layout*

Rancangan yang berbasis pada *Grid*, acuannya adalah bidang, sehingga tampilannya merupakan pengolahan bidang baik secara horisontal maupun vertikal.

5) *Bleed Layout*

Tata letak dengan menggunakan gambar yang dikelilingi bidang putih disemua sisinya.

6) *Grid Layout*

Format layout yang bertumpu pada garis – garis vertikal dan horisontal yang membagi bidang sehingga terkotak – kotak sehingga mengacu pada *Checkerboard*.

Dalam materi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* ini layout yang akan digunakan adalah *Picture Window Layout*, dikarenakan pada materi promosi ini yang akan ditampilkan lebih menonjolkan gambar disamping headline dan bodycopy sebagai penunjang sehingga *Picture Window* merupakan acuan *layout* yang bagus untuk penataan materi promosi tersebut.

C. Perencanaan Media

Yang dimaksud dengan media adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan tempat pengaplikasian atau tempat untuk menyampaikan iklan atau dalam hal lain adalah isi pesan tentang materi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* ini. Media periklanan ini dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Media Lini Atas (*Above The Line Media*)

Media Lini Atas adalah sebuah media yang digunakan oleh jenis iklan yang tidak mengharuskan pembayaran komisi kepada pihak – pihak tertentu atau menurut *Frank Jefkins (Periklanan, 1997 : 86)*, merupakan media yang berhak mengatur pengakuan dan pembayaran komisi kepada biro – biro iklan, diambil contoh seperti iklan – iklan yang terdapat pada majalah, koran, tabloid, billboard, baliho dan sebagaimana sesuai yang telah dijabarkan di atas.

2. Media Lini Bawah (*Bellow The Line Media*)

Media Lini Bawah adalah sebuah media yang mengharuskan adanya pembayaran komisi kepada pihak – pihak tertentu, misalnya poster, kaos, kalender, *flyer* dan sebagaimana sesuai yang telah dijabarkan diatas.

3. Tujuan Media

Adapun tujuan dari perencanaan media dalam promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* :

- a. Menyampaikan informasi yang efektif dan efisien sekaligus mudah diingat masyarakat.
- b. Menjangkau target *audience* yang diinginkan.
- c. Menggali dan memaksimalkan peran media kreatif.

- d. Mengetahui sejauh mana jangkauan, frekuensi dan kesinambungan suatu media.

4. Strategi Media

Strategi media adalah Cara memilih dan menentukan media yang tepat dalam menjangkau keberhasilan promosi. Berdasarkan kebutuhan akan pemilihan karakteristik media yang informatif, kreatif, praktis dan efisien.

Maka yang dipilih meliputi :

- a. Penunjang Administrasi (*Stationary*)

Kartu Nama, Kop Surat, Amplop, Map dan Nota merupakan media penunjang administrasi. Sebagai media promosi setiap melakukan kegiatan administrasi dengan perusahaan lain.

- b. Penunjang Promosi

Iklan Tabloid, *Sign Board* dan Baliho merupakan media yang mempunyai segmentasi. Pembaca jelas dan daya jangkau wilayah pasti. Selain itu juga dapat dibaca berulang – ulang sehingga masyarakat lebih memahami.

D. Teknik Pelaksanaan

1. Logo

Logo adalah identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi (*Pengantar Desain Komunikasi Visual, 2007 : 232*). Logo merupakan salah satu bentuk iklan singkat, disamping menjadi tanda pengenal logo harus membawa pesan yang besar dalam ruangan yang sempit. Logo yang dibuat dalam promosi ini

adalah dengan memvisualisasikan *image* yang akan dibangun oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

a. Logo Awal

BOGA JATI

Menurut kami logo tersebut kurang menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan kurangnya ilustrasi yang digambarkan pada logo tersebut. Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan karena sering dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata – kata.

Dari kekurangan yang ada, maka kami ingin memvisualisasikan dalam bentuk *logotype*, simple dan mudah terbaca dan teringat, dengan sedikit renovasi yang menggambarkan nuansa kesederhanaan dan alami dari *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

b. Rancangan Logo Baru

1) Alasan Pembuatan Logo

Seperti yang sudah dijelaskan, dalam kesempatan ini kami sengaja membuat logo baru agar konsumen mudah mengingatnya karena bentuknya yang simple dan mudah terbaca.

2) Konsep Desain

a) Dasar Bentuk

Pembuatan logo *Boga Jati Souvenir dan Furniture* menggunakan gabungan antara dua jenis logo yaitu logo gambar dan logo type.

b) Nilai Visual Logo

Hal – hal sebagai pertimbangan *Logo Boga Jati Souvenir dan Furniture* adalah menggunakan citra dari produk – produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang tentunya mewakili citra budaya lokal dan hasil bumi yang ada di kabupaten ngawi.

c) Huruf

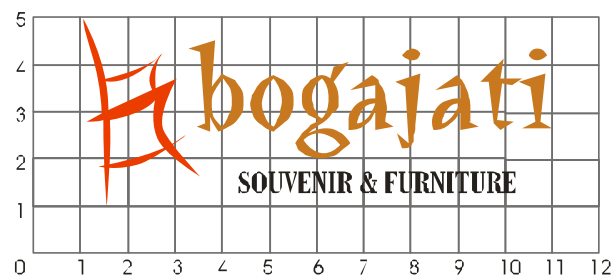
Logo *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dibuat menggunakan typografi La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT .

d) Warna

Warna yang digunakan untuk pembuatan logo *Boga Jati Souvenir dan Furniture* tentunya warna yang dapat membangkitkan minat konsumen dengan desain yang menarik dipandang mata.

c. *Graphic Standard Manual*

1) Grid



2) *Configuration*3) *Color*

Warna : RED

C:0 M:0 Y:100 K:0

bogajati

Warna : PANTONE 723C

C:0 M:43 Y:97 K:17

SOUVENIR & FURNITURE

Warna : BLACK

C:0 M:0 Y:0 K:100

4) *Scale***100%****75%****50%****25%****2. Media Lini Atas (*Above the line media*)**

a. Iklan Tabloid

1) Iklan Tabloid

Tabloid dipilih sebagai media promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Media yang bersegmented menjangkau *audience*. Isi dari

tabloid pun disesuaikan dengan segmentasi konsumennya. Dalam hal penyajian berita, majalah berbeda kedalaman isinya daripada surat kabar.

Tekanan pada unsur menghibur dan mendidik (*Rhenald Kasali, 1992 : 108*), beberapa kelebihan yang diberikan oleh media ini :

- a) Khalayak sarannya jelas, karena lebih tersegmentasi dan terspesialisasi.
- b) Tabloid dapat mengangkat produk – produk yang diiklankan sejajar.
- c) Usia edar tabloid lebih panjang daripada surat kabar.
- d) Kualitas visual lebih baik daripada surat kabar.
- e) Efektif untuk pesan iklan yang berbau promosi penjualan.

Namun demikian media ini juga memiliki beberapa kekurangan yang diantaranya adalah sebagai berikut :

- a) *Flexibility* yang kurang, dikarenakan adanya deadline dalam pembuatan final artwork iklan.
- b) Biaya percetakan tinggi, dikarenakan kualitas dari segi visualnya yang bagus.
- c) Biasanya tidak ada *ready stock*, karena distribusi majalah umumnya lambat dan jaringan distribusi kurang tepat sasaran.

Dengan adanya kelebihan dan kekurangan diatas, penempatan dan konsep dari iklan yang dikerjakan dapat menjadi penentu kesuksesan dari penyampaian pesan yang diutarakan.

2) Konsep Desain :

Iklan ini terdiri dari setengah halaman Pada bagian pojok atas terdapat logo dan nama perusahaan. Sedangkan pada sisi lain terdapat foto beberapa produk yang dihasilkan oleh perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Penempatan Media :

Iklan ini akan ditempatkan pada tabloid yang bersegmentasikan tentang kerajinan dan furniture atau majalah yang membahas interior rumah. Dalam hal ini tabloid yang digunakan adalah tabloid Rumah. Tabloid ini terbit 2 kali dalam sebulan. Iklan ini ditempatkan pada rubrik interior dengan ukuran 100 mm x 3 kolom (1 kolom = 40,5 mm), pada halaman ke 17 dengan 5 kali pemuatan dalam 1 tahun.

b. Baliho

1) Alasan Pemilihan Media :

Item ini didefinisikan sebagai media luar ruang. Media ini dipilih dikarenakan memiliki kelebihan sebagai berikut :

a) Jangkauan

Kemampuan media menjangkau khalayak sasaran. Pada media luar ruang, faktor ini bersifat lokal, artinya hanya mampu menjangkau daerah disekitarnya saja.

b) Frekuensi

Kemampuan media mengulang pesan iklan yang sama terhadap khalayak sasaran saat mulai dilupakan.

c) Kontinuitas

Kesinambungan media menyampaikan pesan iklan sesuai dengan tuntutan strategi periklanan.

d) Ukuran

Kemampuan media memberi ukuran yang dituntut oleh pesan iklannya. Memiliki kemampuan tampil dengan mencolok.

e) Warna

Kemampuan media memberikan tata warna yang dituntut oleh suasana yang dikehendaki pada saat pesan iklan disampaikan.

f) Pengaruh

Kekuatan pesan iklan yang kreatif dengan tata letak yang fungsional dalam hal menjual dirinya kepada khalayak sasaran. Pesan harus singkat dan ditampilkan secara jelas. Harus dapat dibaca setidaknya dalam waktu tujuh detik. Menggunakan huruf yang mudah terbaca dari jarak relatif jauh. Menggunakan warna yang tepat sebagai pembantu.

2) Konsep Desain :

Dengan konsep poster panel yaitu lembaran kertas besar yang di cetak sesuai dengan keinginan pemesan. Dicitak dengan jumlah yang banyak untuk menghemat biaya kemudian ditempelkan pada panel besar yang dilengkapi kerangka dan bantuan cahaya lampu. Dalam item ini yang ditonjolkan adalah berbagai produk yang dihasilkan oleh

perusahaan. Selain itu juga di cantumkan ilustrasi foto salah satu produk yang dihasilkan oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Penempatan Media :

Dilihat dari aspek geografis, penempatan media terfokus pada pintu gerbang memasuki kawasan kota. Namun demikian penempatan media ini tetaplah harus berfikir tentang keharmonisan tata ruang kota dan kepentingan umum. Kawasan tersebut adalah perempatan Kartonyono, Jln A.Yani – Ngawi.

c. *Sign Board*

1) Alasan Pemilihan Media :

Sign Board merupakan salah satu media promosi yang berpengaruh besar karena menjelaskan tentang keberadaan suatu tempat yang diiklankan Media ini dipilih karena merupakan media promosi yang penting karena sebagai penjelas tentang keberadaan dari *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2) Konsep Desain :

Bentuk desainnya menonjolkan logo *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dengan background kayu dengan ukuran tiang 1,5 meter.

3) Penempatan Media :

Sign Board ini dapat diletakkan disudut – sudut jalan yang mendekati lokasi *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3. Media Lini Bawah (*Bellow the line media*)

a. Kartu Nama (*Name Card*)

1) Alasan Pemilihan Media :

Kartu Nama dipilih sebagai media promosi dari *Boga Jati Souvenir dan Furniture* karena sangatlah memungkinkan kartu nama akan selalu diberikan kepada masyarakat luas sebagai tanda pengenal. Selain sebagai tanda pengenal diharapkan kartu nama ini akan menjadi *imagery transfer* yang kedua setelah logo.

2) Konsep Desain :

Konsep pertama kartu nama ini adalah tetap pada bentuk yang persegi panjang sama dengan kartu nama pada umumnya. Warna yang dominan pada item ini adalah warna – warna kayu yang cerah maupun yang gelap. Pada item ini terdapat logo, nama pemilik beserta alamat lengkap dari perusahaan. Disertai juga foto salah satu produk yang dihasilkan oleh perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Distribusi :

Perusahaan lain dan konsumen.

b. Kop Surat (*Letter Head*)

1) Alasan Pemilihan Media

Tidak jauh berbeda dengan kartu nama, kop surat juga sangat penting sebagai media promosi. Kop Surat akan didesain sedemikian rupa agar mudah diingat. Jadi kertas surat sangat efektif untuk menyebarkan nama *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2) Konsep Desain :

Bentuk desain kop surat dari *Boga Jati Souvenir dan Furniture* ini sangatlah sederhana seperti kop surat yang dimiliki oleh lembaga lain pada umumnya. Desain dari item ini adalah pada bagian bawah kertas terdapat ilustrasi foto produk dari Boga Jati. Sedangkan pada bagian atas terdapat logo dan alamat perusahaan.

3) Distribusi :

Perusahaan lain yang mempunyai hubungan kerja dengan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

c. Amplop (*Envelope*)

1) Alasan Pemilihan Media

Sebagai pasangan dari kop surat atau kertas surat, amplop nantinya akan digunakan sebagai salah satu item materi promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Amplop berfungsi untuk menempatkan kop surat atau kertas surat guna mengirimkan informasi kepada perorangan atau lembaga lain.

2) Konsep Desain :

Bentuk desain amplop ini sama seperti amplop pada umumnya yang sering kita jumpai, yaitu dengan bentuk persegi panjang. Pada bagian depan amplop terdapat logo dan nama perusahaan lengkap dengan alamatnya. Sedangkan pada bagian belakang amplop terdapat gambar salah satu produk dari perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Distribusi :

Perusahaan lain yang mempunyai hubungan kerja dengan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* (Relasi Kerja).

d. Map

1) Alasan Pemilihan Media :

Map dipilih sebagai media untuk meletakkan surat – surat penting atau dokumen untuk keperluan sehari – hari maupun keperluan yang lain. Tidak jauh berbeda dengan map yang sering kali kita jumpai dipasaran, namun demikian map ini akan memberikan kesan yang unik.

2) Konsep Desain :

Pada bagian cover depan terdapat ilustrasi foto dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Disamping itu juga terdapat logo perusahaan pada bagian atas. Pada Bagian belakang dibuat ilustrasi gambar bertekstur kayu dan pada bagian bawah terdapat logo perusahaan beserta alamat lengkapnya.

3) Distribusi :

Perusahaan lain yang mempunyai hubungan kerja dengan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* (Relasi Kerja).

e. Nota

1) Alasan Pemilihan Media :

Nota dipilih sebagai media promosi karena memiliki fungsi sebagai bukti jual beli atau terjadinya transaksi pada perusahaan.

Sehingga media ini sangat membantu masyarakat dan juga konsumen pada saat jual beli produk dari *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2) Konsep Desain :

Nota ini didesain layaknya nota – nota pada umumnya. Nota ini dibuat sesederhana mungkin agar konsumen mudah untuk memahaminya. Pada sisi atas sebelah kiri terdapat logo dan alamat dari perusahaan. Sedangkan pada bagian atas sebelah kanan digunakan untuk nama pembeli yang dituju.

3) Distribusi :

Untuk pembayaran atau pembelian oleh konsumen

f. Brosur (*Brochure*)

1) Alasan Pemilihan Media :

Brosur merupakan media yang sangat mudah ditemukan, tidak jauh berbeda dengan media sebelumnya, namun demikian informasi yang diberikan lebih dapat dijabarkan dengan jelas dikarenakan ukuran media yang cukup besar. Disamping itu media ini lebih mudah untuk disebarluaskan kepada *audience* sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih efektif.

2) Konsep Desain :

Bentuk desain dari brosur ini cuma terdiri satu lembar dan bolak – balik. Bagian depan pada bagian atas terdapat logo dan nama perusahaan. Selain itu terdapat ilustrasi foto produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan pada bagian belakang terdapat gambar

produk yang dihasilkan dan penjelasannya juga. Pada bagian bawah brosur baik depan maupun belakang terdapat ilustrasi gambar tekstur kayu.

3) Penempatan Media :

Ditempatkan di meja resepsionis perusahaan atau disebarakan langsung kepada konsumen.

g. *Flyer*

1) Alasan Pemilihan Media :

Flyer atau sering disebut dengan selebaran dipilih sebagai media promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dikarenakan bentuknya yang lebih kecil dibandingkan dengan media – media yang lain, sehingga sangat efektif dan dapat dengan mudah disebarluaskan kepada masyarakat. Dengan mempunyai ukuran yang kecil, media ini akan dituntut sebagai media yang kaya dengan informasi dengan maksud tidak mengurangi apapun dalam segi desain dan layoutnya.

2) Konsep Desain :

Bentuk yang digunakan adalah persegi panjang, memiliki dua muka. Gambar yang digunakan adalah foto produk yang dihasilkan oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Bagian depan terdapat logo dan nama perusahaan dan ilustrasi foto produk. Pada bagian belakang terdapat ilustrasi patung primitif. Selain itu juga terdapat logo dan nama perusahaan beserta alamat lengkapnya.

3) Penempatan Media :

Media ini langsung diberikan kepada masyarakat kota – kota besar yang berada dipusat keramaian. Sebagai contoh, *Mall*, *Supermarket* atau Jalan – jalan protokol seperti *Jln. Trunojoyo*, *Jln. A.Yani*, dan *Jln. Ronggowarsito Ngawi*.

h. Iklan produk yang tergantung (*Hanging Mobile*)

1) Alasan Pemilihan Media :

Item ini sering digunakan pada even – even tertentu. Seagai contoh pada saat diadakan sebuah pameran, item ini sering digunakan sebagai item tambahan atau pemanis ruangan (*display*) sebagai media untuk memperkenalkan produk atau varian yang dihasilkan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Selain itu, iten ini juga digunakan sebagai tambahan disekitar area *show room* dengan maksud dan tujuan yang sama.

2) Konsep Desain :

Konsep dari desain item ini adalah lingkaran. Setiap *Hanging Mobile* ini dibuat 2 (dua) lingkaran. Lingkaran atas berukuran lebih besar dari pada lingkaran bawahnya. Lingkaran atas tiap sisinya terdapat ilustrasi foto salah satu produk dari *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Sedangkan pada lingkaran bawah setiap sisinya terdapat nama dan logo perusahaan.

3) Penempatan Media :

Media ini ditempatkan pada langit – langit *showroom*.

i. *Flag Chain*

1) Alasan Pemilihan Media :

Flag Chain merupakan salah satu media promosi yang berbentuk rantai bendera yang bergandengan dan juga berfungsi sebagai asesoris pendukung ataupun sebagai penghias yang peletakannya digantung – gantung ditempat yang dikehendaki.

2) Konsep Desain :

Bentuk desainnya menonjolkan ilustrasi fotografi dan logo perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dengan background putih. Ukuran yang digunakan 11,5 x 15 cm.

3) Penempatan Media :

Flag Chain ini dapat diletakkan disekitar stand sebagai asesoris pendukung, ataupun sebagai penghias. Peletakannya digantung – gantung ditempat yang dikehendaki.

j. Katalog

1) Alasan Pemilihan Media :

Katalog sebagai media yang sangat penting yang memungkinkan masyarakat atau lembaga tertentu dapat lebih mengetahui apa saja yang diproduksi oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dan lebih dapat mengenal secara detail apa yang dimaksud dengan kerajinan kayu atau lebih jelasnya tentang souvenir dan furniture yang dihasilkan perusahaan tersebut.

2) Konsep Desain :

Katalog ini memiliki bentuk seperti majalah. Pada *cover* depan terdapat nama perusahaan, logo perusahaan dan ilustrasi foto produk yang dihasilkan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* yang didesain dengan gaya klasik minimalis. Sedangkan bagian dalam katalog berisi beberapa macam hasil produksi dari perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* lengkap dengan keterangannya. *Cover* bagian belakang dibuat dengan gambar bertekstur kayu dengan disertai logo dan alamat lengkap dari perusahaan tersebut.

3) Penempatan Media :

Media ini akan ditempatkan pada ruangan *showroom* dan meja resepsionis perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

k. *X – Banner*

1) Alasan Pemilihan Media :

X – Banner dipilih sebagai media promosi karena bentuknya sangat mencolok sehingga dapat menarik perhatian orang yang melintas di depannya untuk membaca pesan atau produk yang disampaikan.

2) Konsep Desain :

X – Banner ini dibuat dengan ukuran 60 x 160 cm. Bentuk desainnya menonjolkan ilustrasi foto produk dari *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Dengan background putih dan ditambahkan *headline* pada bagian bawah.

3) Penempatan Media :

Ditempatkan dekat pintu masuk perusahaan atau pada saat pameran.

1. Kaos

1) Alasan Pemilihan Media :

Kaos atau lebih dikenal dengan sebutan *T-shirt*. Media ini juga sangat efektif untuk menyampaikan sebuah pesan ataupun materi promosi terhadap suatu produk yang akan diluncurkan nanti. Media ini juga fleksibel. Secara tidak langsung masyarakat yang memakai kaos ini ikut serta mengiklankan isi dari kaos yang mereka pakai.

2) Konsep Desain :

Pada bagian depan kaos terdapat ilustrasi foto salah satu produk yang dihasilkan oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Sedangkan pada bagian belakang kaos terdapat logo dan nama perusahaan.

3) Distribusi :

Media ini akan lebih menarik bila diberikan sebagai hadiah ataupun sekedar bonus untuk target pembelian yang ditentukan.

m. PIN

1) Alasan Pemilihan Media :

PIN merupakan sebuah media yang populer dan banyak digemari saat ini. PIN bisa dipasang pada pakaian, tas, topi atau hanya sekedar untuk koleksi saja. Dalam perkembangannya, bentuk PIN menjadi beraneka ragam. Ada yang berbentuk lingkaran, persegi, bintang, segilima dll. Dengan banyaknya orang yang gemar memakai PIN, maka PIN dapat menjadi sebuah media yang sangat efektif untuk mengiklankan perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2) Bentuk Desain :

Desain dari PIN ini yaitu bulat penuh dengan gambar tekstur kayu.

3) Distribusi :

PIN tersebut akan dibagikan kepada pembeli sebagai cenderamata kepada pengunjung *showroom*.

n. Mug

1) Alasan Pemilihan Media :

Mug atau lebih dikenal dengan cangkir. Tetapi berbeda dengan cangkir, mug menggunakan bahan dasar tanah liat sedangkan cangkir sebagian besar berbahan dasar kaca. Dan tidak hanya itu saja, mug

juga dapat digunakan sebagai media iklan yang efektif juga dengan kegunaan primer sebagai tempat minum. Mug juga memiliki kegunaan sekunder yaitu sebagai penempatan media promosi.

2) Konsep Desain :

Pada sisi mug sebelah kiri terdapat logo dan nama perusahaan. Sedangkan pada bagian samping kanan terdapat gambar salah satu produk yang dihasilkan oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Distribusi :

Diberikan kepada konsumen sebagai hadiah atau bonus dengan batas pembelian yang sudah ditentukan.

o. Kalender

1) Alasan Pemilihan Media :

Media ini memang sering kali digunakan berbagai perusahaan ataupun instansi – instansi pemerintah untuk melakukan promosi atau iklan. Hal ini terjadi karena hampir setiap orang memiliki, memerlukan dan menggunakan kalender sebagai penanda hari, tanggal, bulan dan tahun. Maka dari itu, kalender juga dapat menjadi media promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2) Konsep Desain :

Desain dari media ini sendiri tergolong sederhana dengan menampilkan 5 halaman *full colour* yang didalamnya memuat tampilan produk yang dihasilkan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Distribusi :

Media ini akan lebih menarik bila diberikan sebagai hadiah ataupun sekedar bonus untuk target pembelian yang ditentukan.

p. *Sticker*

1) Alasan Pemilihan Media :

Media ini sangat relatif disukai oleh sebgaiian masyarakat dan mempunyai daya tahan yang cukup lama diantaranya media yang lainnya. Selain itu media ini sangat fleksibel, dalam artian media ini dapat ditempatkan dimana saja tergantung selera. Jadi hanya dengan menempel *sticker* ini secara langsung masyarakat juga ikut mengiklankan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

2) Konsep Desain :

Bentuk dari item ini sendiri adalah bulat, menampilkan logo dan nama perusahaan serta salah satu ilustrasi foto salah satu produk *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Distribusi :

Media ini akan dimasukkan kedalam *paper bag* setiap terjadi transaksi.

q. Jam Dinding

1) Alasan Pemilihan Media :

Jam Dinding menjadi promosi yang efektif karena jam dinding merupakan alternatif yang sudah banyak digunakan sebagai media iklan sejak dahulu. Biasanya diberikan secara gratis sebagai souvenir.

Karena hampir setiap saat, orang melihat jam untuk menentukan waktu. Oleh karena itu, jam dinding termasuk media yang sangat tepat untuk mempromosikan *Boga Jati Souvenir dan Furniture* kepada khalayak umum. Karena saat melihat jam maka saat itu juga orang akan melihat pesan ataupun iklan yang disampaikan.

2) Konsep Desain :

Jam dinding ini menonjolkan logo perusahaan yang dipadukan dengan salah satu ilustrasi foto salah satu produk yang dihasilkan oleh *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

3) Distribusi :

Diberikan sebagai hadiah ataupun sekedar bonus untuk target pembelian yang sudah ditentukan.

r. *Block Note*

1) Alasan Pemilihan Media :

Dipilih sebagai salah satu item dari media promosi ini dikarenakan media ini dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama dan mudah dibawa kemana – mana.

2) Konsep Desain :

Sampul depan berupa logo, nama perusahaan, ilustrasi foto salah satu produk dari Boga Jati dan *background* bagian bawah berupa gambar tekstur kayu dengan pertimbangan nantinya orang lain bisa mengetahui apa itu *Boga Jati Souvenir dan Furniture* dan produk yang dihasilkan perusahaan.

3) Distribusi :

Media ini ditempatkan diperusahaan untuk mencatat pesanan, memo atau mencatat lainnya.

s. *Paper Bag*

1) Alasan Pemilihan Media :

Paper Bag atau dapat disebut dengan tas kertas dalam artian tas yang terbuat dari bahan kertas. Item ini digunakan sebagai penanda atau pelindung dari produk – produk yang dibeli oleh konsumen.

2) Konsep Desain :

Menampilkan kesan yang sederhana tetapi dengan model yang modern. Bahan yang digunakan adalah kertas. Pada sisi depan terdapat logo, nama perusahaan, alamat lengkap beserta ilustrasi foto salah satu produk yang dihasilkan oleh perusahaan *Boga Jati Souvenir dan Furniture*. Sedangkan pada sisi kanan dan kiri penuh dengan gambar tekstur kayu.

3) Distribusi :

Diberikan langsung kepada pembeli setelah melakukan transaksi pembelian.

BAB IV VISUALISASI KARYA

1. Media Lini Atas (*Above The Line Media*)

a. Iklan Tabloid



Visualisasi : Corel Draw 12

Nama Tabloid : Tabloid Rumah

Ukuran : 100 mm x 3 kolom (1 kolom = 40,5 mm)

Frekuensi Penayangan: 2 x dalam sebulan, 5 kali dalam setahun

Halaman Penayangan : 17 (Tujuh Belas) pada rubrik interior.

Format : Horisontal

Bahan : Kertas Koran

Identitas : Logo, Headline dan Ilustrasi Foto

Typografi : La Bamba LET, Bodono BdCn BT dan Banff
Normal

Teknik : Cetak Offset

b. Baliho



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 6 x 4,5 meter
Format	: Horisontal
Bahan	: MMT A Doff
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: Cetak Digital Printing
Penempatan	: Pintu gerbang memasuki kawasan kota Ngawi dari arah barat dan timur.

c. *Sign Board*



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 2,5 meter
Bahan	: Tiang Besi dan Papan Kayu
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Penanda Arah
Typografi	: La Bamba dan Bodoni BdCn BT
Penempatan	: 100 meter sebelum perusahaan

2. Media Lini Bawah (*Bellow The Line Media*)

a. Kartu Nama (*Name Card*)



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 4,5 cm x 8 cm
Format	: Horisontal
Bahan	: <i>Glossy Paper</i> 150 gram, Laminasi Doft
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto
Typografi	: LA Bamba LET, Arial dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Distribusi	: Relasi Kerja dan Konsumen

b. Kop Surat



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 18 cm x 25 cm
Format	: Vertikal
Bahan	: HVS Putih 80 gram
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Distribusi	: Relasi Kerja

c. Amplop



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 21 cm x 10 cm
Format	: Horisontal
Bahan	: <i>Art Paper</i> 210 gram
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: Cetak Offset
Distribusi	: Relasi Kerja

d. Map



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 23 x 34 cm
Format	: Vertikal
Bahan	: Art Carton
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: Cetak Offset
Distribusi	: Relasi Kerja

a. Brosur



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 21,5 cm x 29 cm
Format	: Horisontal
Bahan	: <i>Art Paper</i> 150 gram
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Cetak Offset</i>
Distribusi	: Konsumen

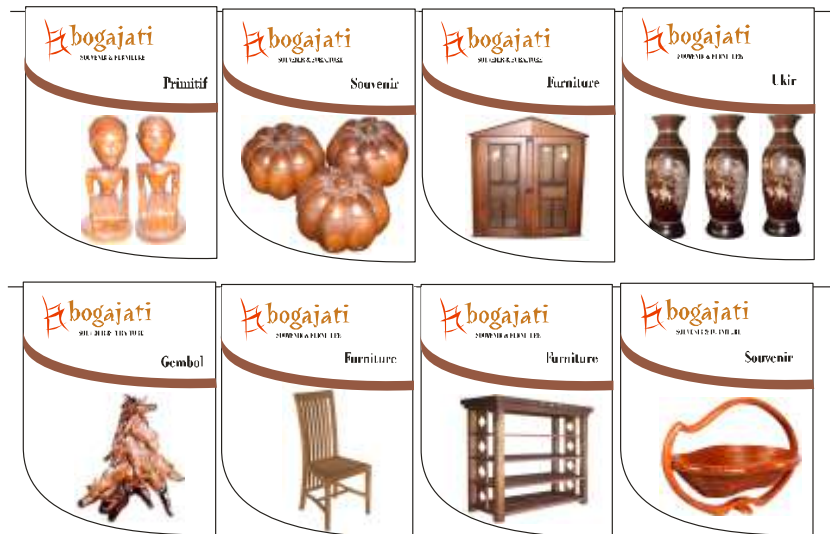
b. *Flyer*

Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 6 cm x 14 cm
Format	: Vertikal
Bahan	: Ivory 230 gram
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Cetak Offset</i>
Distribusi	: Konsumen

c. Iklan Produk yang tergantung (*Hanging Mobile*)



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: Atas Diameter 20 cm dan Bawah Diameter 13 cm
Bahan	: Ivory 250 gram
Identitas	: Logo dan Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Penempatan	: Di Perusahaan atau <i>Stand</i> Pameran

d. *Flag Chain*

Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 12 cm x 16 cm
Bahan	: <i>Glossy Paper</i> 150 gram
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Penempatan	: Di Perusahaan atau <i>Stand</i> Pameran

e. Katalog



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 6,5 x 10 cm
Bahan	: <i>Glossy Paper</i> 150 gram, Laminasi Doft
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET, Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Penempatan	: Konsumen

g. Kaos



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: Medium
Bahan	: Polyester
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: Sablon
Distribusi	: Konsumen

h. PIN



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: Diameter 5,8 cm
Bahan	: Inkjet Paper
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Tekstur kayu
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Distribusi	: Konsumen

i. Mug



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: Diameter 7,5 cm
Bahan	: Keramik
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni Bdcn BT
Distribusi	: Konsumen

j. Kalender



Visualisasi	: Corel Draw 12 dan Adobe Photoshop CS
Ukuran	: 12,5 cm x 17,5 cm
Format	: Vertikal
Bahan	: <i>Glossy Paper</i> 210 gram, Laminasi Transparan
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Distribusi	: Kosumen

k. Sticker



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: Diameter 6,7 cm
Bahan	: Kertas Sticker
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i> dan <i>Cutting</i>
Distribusi	: Konsumen

1. Jam Dinding



Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: Diameter 28,5 cm
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto Produk
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Digital Printing</i>
Distribusi	: Konsumen

m. *Block Note*

Visualisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 14 ,5 cm x 19,5 cm
Bahan	: Sampul <i>Art Paper</i> 150 gram dan Isi HVS 70 gram
Identitas	: Logo dan Ilustrasi Foto
Typografi	: La Bamba LET, Bodoni BdCn BT dan Banff Normal
Teknik	: <i>Cetak Offset</i>
Distribusi	: Konsumen

n. *Paper Bag*

Visulisasi	: Corel Draw 12
Ukuran	: 21 cm x 10 cm x 25,5 cm
Identitas	: Logo, Ilustrasi Foto Produk dan Foto Tekstur kayu
Typografi	: La Bamba LET dan Bodoni BdCn BT
Teknik	: <i>Cetak Offset</i>
Distribusi	: Konsumen setiap terjadi transaksi

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Iklan merupakan cara yang tepat untuk melakukan promosi. Dengan iklan kita bisa mengkomunikasikan yang kita punya baik produk barang maupun jasa. Dengan iklan yang baik maka masyarakat akan cenderung tertarik dan mau membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Untuk membuat suatu iklan yang baik diperlukan banyak pertimbangan. Para pembuat iklan harus mengetahui keseluruhan dari produk yang akan diiklankan, sasaran konsumen, *positioning* serta pesaingnya. Dengan mengetahui hal – hal tersebut, pembuat iklan bisa membuat iklan yang baik dan tepat sasaran sehingga pesan yang disampaikan melalui media iklan bisa diterima oleh calon konsumen.

Strategi komunikasi dan pemasaran dengan berbagai media sangat diperlukan untuk menarik calon konsumen. Pemilihan media yang tepat sangat diperlukan untuk menarik calon konsumen. Pemilihan media yang tepat sangat berperan dalam mencapai pesan komunikasi yang efektif dan efisien. Dengan kemajuan teknologi seperti sekarang ini banyak sekali muncul media – media iklan yang sebelumnya belum ada.

Dalam promosi *Boga Jati Souvenir dan Furniture*, penulis dihadapkan dengan tema yang berhubungan dengan alam. Sehingga dalam rancangan promosi yang dibuat harus benar – benar detail dalam menentukan konsep yang akan dibuat. Dengan harapan, rancangan promosi yang dibuat mampu mewujudkan

tujuan awal yaitu menimbulkan rasa ketertarikan terhadap *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.

B. Saran

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyarankan agar *Boga Jati Souvenir dan Furniture* lebih giat dalam melakukan promosi. Dan yang paling penting adalah mampu menciptakan promosi yang efektif, tepat sasaran dan sesuai konsep yang sudah dirancang agar tujuan tercapai dan sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga akan dapat menimbulkan ketertarikan konsumen terhadap *Boga Jati Souvenir dan Furniture*.