

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR (STUDIO)

(Kode Mata Kuliah ISI 128)

**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL  
SEBAGAI UPAYA MEMPROMOSIKAN PANORAMA  
HOTEL DIJL RAYA PENGOSEKAN UBUD**



Karya tulis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Seni (S1)

Oleh:

Nama : Anita Kusuma Bakta , SH ; MKn  
Nim : 2004.02.03.1.0026  
Jurusan : Desain  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR**

**2011**

## LEMBAR PERRSETUJUAN PEMBIMBING

Pengantar Karya Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI UPAYA MEMPROMOSIKAN PANORAMA HOTEL DI JL RAYA PENGOSEKAN UBUD**

Telah diperbaiki dan disetujui untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh ujian tingkat akhir guna memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar, yang diujikan pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 14 Juni 2011

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

( Drs. I Wayan Swandi, M.Si )

NIP: 195912311992031112

( Drs.Olih Solihat Karso , Msn )

NIP: 196107061990031005

## HALAMAN PENGESAHAN UJIAN DAN LEMBAGA

Pengantar Karya Tugas Akhir ini disusun oleh:

Nama : Anita Kusuma Bakta , SH ; M.Kn

NIM : 2004.02.03.1.0026

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul :

**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI UPAYA  
MEMPROMOSIKAN PANORAMA HOTEL DI JL RAYA PENGOSEKAN  
UBUD.**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Ujian Sarjana Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar pada tanggal 14 Juni 2011, sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni (S1) dan dinyatakan sah.

### Dewan Penguji

	Nama Lengkap	NIP	TTD
Ketua Sidang	: Drs. I Wayan Swandi , M.Si	(195912311992031112)	.....
Sekretaris	: Drs. Olih Solihat Karso , M.Sn	(196107061990031005)	.....
Penguji Utama	: Drs. Cok Gd Rai Padmanaba , M.Erg	(195912161988031002)	.....
Anggota	: A.A Gde Bagus Udayana, S.Sn , M.Si	(197310041999031002)	.....
Anggota	: I.B Ketut Trinawindu , S.Sn , M.Erg	(197604012003121002)	.....

Mengesahkan

Denpasar,.....

Pj.Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar

Mengetahui

Ketua Jurusan Desain

Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar

(Dra.Ni Made Rinu , Msi )

NIP. 195702241986012002

(Prof.DR.Drs I Nym Artayasa ,M.Kes)

NIP. 196403241990031002

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Anita Kusuma Bakta , SH ; MKn, mahasiswa Institut Seni Indonesia

Denpasar

NIM : 2004.02.03.1.0026

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Seni Indonesia Denpasar. Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Eksklusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI UPAYA MEMPROMOSIKAN PANORAMA HOTEL DI JL RAYA PENGOSEKAN UBUD**, beserta perangkat yang diperlukan ( bila ada ). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini.

Institut Seni Indonesia Denpasar berhak menyimpan, mengalihkan media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data ( database ) mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet/media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Institut Seni Indonesia Denpasar, segala bentuk tuntutan hukum yang diambil atas pelanggaran hak dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Denpasar

Pada Tanggal : 20 Mei 2011

Yang menyatakan

(Anita Kusuma Bakta , SH ; MKn)

NIM. : 2004.02.03.1.0026

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Upaya Mempromosikan Panorama Hotel DI Jalan Raya Pengosekan Ubud. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan akademis meraih gelar sarjana S1 untuk program studi Desain Komunikasi visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ni Made Rinu , M.Si Selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar.
2. Bapak Prof. DR. Drs. I Nyoman Artayasa , M.kes, Ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Denpasar.
3. Bapak Drs. I Wayan Swandi , Msi , Selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta arahan di dalam menyusun Tugas Akhir ini.
4. Bapak Drs. Olih Solihat Karso, MSn , selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan di dalam menyusun Tugas Akhir ini.
5. Pihak Panorama Hotel Ubud yang telah banyak membantu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Segenap keluarga dan sahabat yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih sangat jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan adanya masukan-masukan dan saran yang membangun agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima Kasih.

Denpasar, Mei 2011

Penulis

(Anita Kusuma Bakta , SH ; MKn)

NIM. : 2004.02.03.1.0026

## ABSTRAK

Nama : Anita Kusuma Bakta , SH ; MKn  
Judul : Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Upaya  
Mempromosikan Panorama Hotel DI Jalan Raya Pengosekan Ubud

Bali khususnya Ubud merupakan daerah pariwisata yang terkenal. Tempat – tempat asri seperti Ceking, Monkey forest, Petulu, Hingga Pasar Tradisional pun menjadi obyek wisata yang sangat berpotensi. Hal tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membuka usaha yang bergerak dibidang pariwisata. Mulai dari restoran, Villa, Galeri, sampai perusahaan Perhotelan.

Salah satu perusahaan – perusahaan perhotelan yang berdiri di Ubud adalah Panorama Hotel. Karena sulitnya persaingan, pihak Panorama Hotel memandang pentingnya perancangan media promosi untuk membangun citra perusahaan serta mempromosikan produknya. Media tersebut antara lain poster, iklan majalah, stiker, folder, x-banner, brosur, post card dan lain – lain yang dianggap efektif untuk mempromosikan perusahaan kepada wisatawan.

Dalam proses perancangan media, konsep *nature* dianggap cukup relevan digunakan pada proses perancangan media komunikasi pada perusahaan Panorama Hotel dalam membangun image yang diinginkan oleh pihak manajemen yaitu natural, fres, selaras dengan alam sesuai dengan nama perusahaan yaitu Panorama.

Kata Kunci : Media promosi, Panorama Hotel, konsep *Nature*

## ***ABSTRACT***

Name : Anita Kusuma Bakta , SH ; MKn  
Title : Visual Communication Media Plan as an Effort Promote The  
Panorama Hotel at Pengosekan Ubud street.

Ubud is one of the most famous tourism object in Bali. There are a lot beautiful places in ubud such as ceking, monekey forest, Petulu and Tradicional Markets are potentially tourism, starting from restaurants, villas galleries and hotels.

Panorama Hotel is o the hotel industry in ubud, becauseof the tight competition Panorama Hotel considered that promotion media plan is very important the built the company image and promot their product poster, magazine, sticker, folder, x-banner, brochure, post card are effective promotion medias to the tourist.

Nature concept is consider relevan to use in communication media plan process by the Panorama Hotel to built their image as the their management wished, natural, fresh, and harmony with nature accordance with their company name,Panorama.

Keyword : Promotion Media, Panorama Hotel, Nature concept

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan Pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan Ujian dan Lembaga .....	iv
Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah Untuk Kepentingan Akademis.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Abstrak .....	vii
<i>Abstract</i> .....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Lampiran Desain .....	xiii
Daftar Lampiran Aplikasi.....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pengertian Judul .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
1.6 Jenis Perancangan .....	6
1.6.1 Jenis Pengumpulan Data .....	6
1.6.2 Metode Analisis Data .....	7
1.6.3 Indikator Serta Model Penilaian.....	7
1.8 Sistematika Penulisan.....	9



## **BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA**

2.1	Data Teoritis/ Aktual.....	11
2.1.1	Pengertian Obyek/ Kasus .....	11
2.1.2	Aspek-Aspek Desain Komunikasi Visual.....	11
2.1.3	Prinsip Desain Komunikasi Visual .....	12
2.1.4	Aspek Teknis Perwujudan.....	15
2.1.5	Teori Sosial yang Mendukung Kasus.....	18
2.2	Data Lapangan.....	20
2.2.1	Obyek .....	20
2.2.2	Pengelola .....	20
2.2.3	Lokasi .....	21
2.2.4	Sarana Komunikasi Yang Ada .....	21
2.2.5	Potensi Kasus .....	23
2.2.6	Strategi Pemasaran .....	24
2.2.7	Target Segmentasi Pasar .....	25
2.3	Analisis dan Sintesa .....	25
2.3.1	Analisis .....	25
2.3.2	Sintesa .....	28

## **BAB III KONSEP DESAIN**

3.1	Konsep Dasar Perancangan.....	30
3.2	Skema Pola pikir .....	31
3.3	Skema Pola Perancangan .....	32
3.4	Strategi Media .....	33
3.4.1	Khalayak Sasaran/ Segmentasi.....	33
3.4.2	Panduan Media .....	34
3.5	Program Penayangan Media.....	36
3.6	Strategi Kreatif .....	39
3.6.1	Isi Pesan.....	39
3.6.2	Bentuk Visual.....	40
3.6.3	Strategi Visual.....	40

3.6.4 Gaya Visual .....	40
3.6.5 Material .....	40

## **BAB IV VISUALISASI PESAN**

4.1 Desain Brosur .....	42
4.1.1 Alternatif Unsur Visual .....	42
4.1.2 Kreatif Desain .....	43
4.1.3 Tampilan Desain .....	44
4.1.4 Biaya Kreatif .....	45
4.2 Desain Poster .....	45
4.2.1 Alternatif Unsur Visual .....	45
4.2.2 Kreatif Desain .....	47
4.2.3 Tampilan Desain .....	47
4.2.4 Biaya Kreatif .....	48
4.3 Desain iklan majalah .....	48
4.3.1 Alternatif Unsur Visual .....	48
4.3.2 Kreatif Desain .....	50
4.3.3 Tampilan Desain .....	50
4.3.4 Biaya Kreatif .....	51
4.4 Desain <i>X-Banner</i> .....	51
4.4.1 Alternatif Unsur Visual .....	51
4.4.2 Kreatif Desain .....	53
4.4.3 Tampilan Desain .....	54
4.4.4 Biaya Kreatif .....	55
4.5 Desain folder .....	55
4.5.1 Alternatif Unsur Visual .....	55
4.5.2 Kreatif Desain .....	57
4.5.3 Tampilan Desain .....	58
4.5.4 Biaya Kreatif .....	59
4.6 Desain <i>kartu pos</i> .....	59
4.6.1 Alternatif Unsur Visual .....	59

4.6.2 Kreatif Desain .....	61
4.6.3 Tampilan Desain .....	62
4.6.4 Biaya Kreatif .....	62
4.7 Desain Stiker .....	63
4.7.1 Alternatif Unsur Visual .....	63
4.7.2 Kreatif Desain .....	65
4.7.3 Tampilan Desain .....	65
4.7.4 Biaya Kreatif .....	66
4.8 Desain amplop dan kop surat .....	66
4.8.1 Alternatif Unsur Visual .....	66
4.8.2 Kreatif Desain .....	68
4.8.3 Tampilan Desain .....	69
4.8.4 Biaya Kreatif .....	70
4.9 Desain Kalender Meja .....	70
4.9.1 Alternatif Unsur Visual .....	70
4.9.2 Kreatif Desain .....	72
4.9.3 Tampilan Desain .....	73
4.9.4 Biaya Kreatif .....	73
4.10 Desain Katalog .....	74
4.10.1 Alternatif Unsur Visual .....	74
4.10.2 Kreatif Desain .....	75
4.10.3 Tampilan Desain .....	76
4.10.4 Biaya Kreatif .....	77

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN DESAIN**

Media Poster

Media Iklan Majalah

Media Stiker

Media X-Banner

Media Folder

Media brosur

Media kartu pos (post card)

Media Amplop dan kop surat

Media Kalender Meja

Media Katalog

## **DAFTAR LAMPIRAN APLIKASI**

Media Folder

Media Stiker

Media X-Banner

Media brosur

Media Kartu Pos (Post Card)

Media Katalog

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di Bali, Ubud merupakan salah satu daerah tujuan pariwisata yang terkenal dengan seni dan budayanya. Tempat-tempat asri seperti Monkey Forest dan Pasar Tradisional pun menjadi obyek wisata yang sangat berpotensi. Pesona sawah yang asri, serta peran para seniman baik itu pelukis ataupun tari ikut mengharumkan daerah Ubud. Hal tersebut mampu menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara berkunjung kesana.

#### **1.1.1 Faktor Obyektif**

Tingginya tingkat kunjungan wisatawan membuat masyarakat Ubud berlomba-lomba memanfaatkan keadaan tersebut untuk mencari penghasilan. Salah satu cara yaitu dengan mendirikan perusahaan yang berkecimpung di dunia pariwisata. Misalnya mendirikan Restoran, Villa, Artshop, Hotel, Gallery dan sebagainya yang mendapatkan penghasilan dari para wisatawan. Meskipun ada beberapa perusahaan yang bukan dikelola oleh penduduk asli Ubud bahkan bukan orang Indonesia. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan adanya keterlibatan masyarakat Ubud di dalamnya. Dengan jeli melihat dan memanfaatkan pesona yang ada tentu dapat menambah peluang bisnis semakin maju. Seperti halnya daerah Petulu yang mana menarik wisatawan dengan memanfaatkan pesona sawah yang asri dan Obyek wisata Kokokan (Burung Bangau), Daerah Campuhan dengan memanfaatkan sungai Campuhan yang terkenal di Ubud, Daerah Ceking dengan memanfaatkan bentuk sawah yang indah, dan banyak lagi tempat-tempat lainya yang sangat berpotensi.

Semakin kedepan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata kian bertambah. Tentunya perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan pun kian berkembang. Perhotelan merupakan suatu usaha yang menawarkan jasa menginap lengkap dengan fasilitasnya. Hampir di seluruh wilayah Ubud berdiri perusahaan perhotelan dan tentunya dengan fasilitas yang ditawarkan semakin berkembang pula. Jangankan di pusat kota, di pedesaan seperti Mas dan Pengosekan pun mempunyai potensi untuk mendirikan perusahaan perhotelan. Hal itu tidak terlepas dari pesona alami

sawah yang dimanfaatkan sebagai daya tarik untuk berbisnis seperti yang dipaparkan tadi. Selain itu daerah Ubud yang terkenal dengan lukisan juga memiliki daya tarik tersendiri untuk dijadikan peluang berbisnis, Namun pesona sawah lebih mendukung untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan. Daya tarik dengan menggunakan pesona tarian Bali untuk penyambutan tamu juga sering digunakan guna untuk menarik perhatian wisatawan. Hal tersebut dilakukan semata-mata untuk menawarkan produk/jasa dan fasilitas yang tersedia di Hotel tersebut kepada konsumen (wisatawan).

Dengan banyaknya terdapat usaha yang bergerak di dunia pariwisata menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi sulit. Perusahaan yang telah lama berdiri benar-benar harus pandai agar perusahaan tersebut tetap aktif seiring banyaknya perusahaan yang baru berdiri. Tetapi ada beberapa perusahaan perhotelan yang telah lama berdiri akan tetapi tetap eksis bahkan sangat terkenal di kalangan wisatawan. Hal itu disebabkan karena perusahaan tersebut telah memiliki nama dan citra yang bagus di kalangan wisatawan yang masih melekat hingga sekarang.

#### 1.1.2 Faktor Subyektif

Dari sekian banyak perusahaan perhotelan yang berdiri di Ubud, penulis mengangkat salah satu perusahaan perhotelan yaitu Panorama Hotel yang merupakan salah satu perusahaan perhotelan yang didirikan pada tahun 2002 dan berlokasi di daerah yang cukup memiliki potensi yaitu di Jl Raya Pengosekan Ubud. Berdasarkan data yang didapat di lapangan, Panorama Hotel merupakan perusahaan yang cukup lama berdiri di Ubud yang bisa dikatakan cukup terkenal di masyarakat dan wisatawan. Meskipun perusahaan ini cukup lama berdiri dan cukup dikenal di masyarakat, namun permasalahan yang ada adalah seputar persaingan dan kurangnya media promosi menyebabkan kunjungan wisatawan menjadi berkurang. Oleh karena itu penulis merasa Panorama Hotel perlu melakukan suatu usaha yang kreatif agar dapat tetap sukses dan menumbuhkan citra yang bagus di masyarakat serta lebih dikenal lagi di masyarakat. Salah satunya dengan menambah media promosi yang ada dengan media-media lain yang lebih informatif dan menarik agar dapat meyakinkan pariwisatawan untuk berkunjung kesana. Penulis merasa media yang sudah ada kurang menarik

untuk mempromosikan Panorama Hotel. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat tema dan permasalahan promosi Panorama Hotel ini. Dalam hal ini perancangan media komunikasi visual sangatlah diperlukan dalam membuat sebuah media promosi dimana dengan berpegang pada ilmu-ilmu desain dan kriteria desain maka akan tercipta sebuah media promosi yang informatif dan menarik. Lokasi perancangan adalah di wilayah Ubud yang merupakan salah satu daerah dengan tingkat kunjungan wisatawan yang cukup tinggi di Bali.

## 1.2 Pengertian Judul

Judul yang di angkat dalam tugas akhir ini adalah “ Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Upaya Mempromosikan Panorama Hotel Di Jl Raya Pengosekan Ubud”. Untuk menghindari kerancuan dalam mengartikan kata-kata yang terkandung dalam judul kiranya ada istilah yang perlu dijelaskan arti dan maksudnya yaitu :

- a. Perancangan artinya Proses atau cara juga bisa di katakan perbuatan merancang  
(Hasan, 2002:927).
- b. Media artinya Alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, TV, film, poster dan spanduk yang terletak diantara dua pihak (Hasan, 2002: 927), Alat atau Sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan seperti koran, majalah, radio televisi, poster, spanduk, (Poerwadarmita, 1987:211).
- c. Komunikasi artinya Pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang di maksud dapat di pahami, hubungan, kontak (Hasan, 2002:585).
- d. Visual artinya Bagian yang dapat di lihat oleh kalayak sasaran (Hasan, 2002:1262). Dapat dilihat dengan indera penglihatan atau mata (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1988:1262).
- e. Sebagai artinya seperti, semacam, bagai (Dani, 2992:493)
- f. Upaya artinya usaha, iktiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dsb (Alwi, 1990:1250)
- g. Mempromosikan artinya mempropagandakan atau memperkenalkan (dalam rangka memajukan usaha dsb) (Alwi, 2002 : 898)



- h. Panorama Hotel artinya nama sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu perhotelan.
- i. Di artinya kata depan untuk menandai tempat. (Alwi, 1990:260)
- j. Jalan artinya tempat untuk lalu lintas orang, kendaraan, dsb. (Alwi, 1990:452)
- k. Raya artinya besar (terbatas pemakaiannya). (Alwi, 1990:935)
- l. Pengosekan adalah nama sebuah Desa di Ubud
- m. Ubud adalah nama sebuah kecamatan yang ada di Gianyar

Berdasarkan uraian di atas maka pengertian judul tersebut di atas dapat disimpulkan yaitu Proses merancang alat untuk menginformasikan suatu pesan yang dapat dilihat oleh indra pengelihatan sebagai sarana untuk memperkenalkan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan yaitu Panorama Hotel yang berlokasi di jalan raya Pengosekan Ubud.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang disampaikan yaitu:

- a. Media apa saja yang menarik dan informatif untuk mempromosikan Panorama Hotel?
- b. Bagaimana merancang media komunikasi visual yang menarik dan informatif untuk mempromosikan Panorama Hotel?

### **1.4 Batasan Masalah**

Dari rumusan masalah yang dijabarkan di atas, maka batasan masalahnya difokuskan pada proses perancangan serta perwujudan media-media komunikasi visual seperti poster, folder, brosur, dan media lainnya yang menarik dan informatif untuk mempromosikan Panorama Hotel sesuai dengan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual.

### **1.5 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.5.1.1 Tujuan Khusus**

Adapun tujuan khusus yang ingin di capai yaitu:

- a. Untuk mengetahui jenis media komunikasi visual yang menarik dan informatif sebagai media promosi Panorama Hotel.

- b. Untuk mengetahui rancangan jenis – jenis media komunikasi visual yang menarik dan informatif serta estetik sebagai media promosi Panorama Hotel.

#### **1.5.1.2 Tujuan Umum**

Tujuan umum yang ingin di capai adalah sebagai berikut:

- a. Agar masyarakat khususnya wisatawan dapat lebih mengetahui keindahan dan kenyamanan Panorama Hotel sehingga tertarik untuk menginap
- b. Sebagai persyaratan kelulusan menempuh ujian akhir di ISI Denpasar
- c. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa

#### **1.5.2 Manfaat Perancangan**

Adapun manfaat yang diharapkan dari karya tugas akhir ini yaitu:

##### **1.5.2.1 Bagi Pemerintah**

Panorama Hotel menjadi salah satu obyek wisata yang berperan menambah devisa negara

##### **1.5.2.2 Bagi Masyarakat**

Mengetahui keberadaan Panorama Hotel sebagai salah satu obyek wisata di Bali.

##### **1.5.2.3 Bagi Pihak Panorama Hotel**

Sebagai referensi pihak perusahaan dalam membuat media promosi yang sesuai untuk perusahaan menurut disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual.

##### **1.5.2.4 Bagi Penulis**

- Mahasiswa dapat terlatih untuk melihat suatu permasalahan dan mencari jawaban yaitu bagaimana merancang suatu media komunikasi visual yang efektif untuk meyakinkan masyarakat (wisatawan mancanegara maupun lokal) untuk berkunjung dan menginap.
- Mahasiswa mampu berpikir secara sistematis dalam rangka mengaplikasikan disiplin ilmu yang telah didapat di bangku kuliah untuk kemudian diterapkan sesuai dengan situasi di lapangan.

## 1.6 Jenis Pengumpulan Data

### a. Jenis Pengumpulan Data Primer

#### - Observasi

Adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara terjun langsung atau survey ke lapangan untuk mendapatkan data asli yang ada pada tempat kita melakukan survei. Metode observasi juga bisa diartikan sebagai suatu pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena atau gejala objek yang sedang diselidiki. (Hadi,1978:28) Tempat saya melakukan survei yaitu di Panorama Hotel yang beralamat di Jalan Raya Pengosekan Ubud

#### - Wawancara

Adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab sepihak, dan dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Wawancara ini dapat dilakukan dengan bertanya langsung pada orang yang dianggap dapat memberikan informasi secara mendetail dan sebenarnya. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Bapak Made Bawa dan Bapak Erik,S yang merupakan pihak yang berwenang untuk memberikan data.

### b. Jenis Pengumpulan Data Sekunder

#### - Kepustakaan

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang bersifat teoritis dari beberapa literatur atau bahan bacaan yang dapat di pertanggungjawabkan kebenarannya. (Surakhmad, 1787:2) misalnya mencari informasi data-data pada buku, artikel, majalah, surat kabar, brosur dan media lainnya.

#### - Dokumentasi

Adalah suatu metode pengumpulan data untuk memperoleh sumber data tertulis melalui gambar-gambar. (Alex Sobur,1985:72).

### **1.6.1 Metode Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah disajikan dan diinterpretasikan (Singarimbun, 1989:84). Dalam pengantar karya ini metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif komparatif kualitatif.

Metode analisis deskriptif komparatif kualitatif adalah suatu metode dimana dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem, pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan membandingkan pengaruh sebab akibat. Dan dilakukan melalui berbagai kajian historis, kajian dokumen, interpretasi peristiwa, kajian informasi, perekaman suatu kejadian, hingga penafsiran suatu fenomena sosial yang didapat melalui pencatatan di lapangan yang kemudian ditampilkan dalam bentuk yang terolah. Metode ini bertujuan untuk membuat deskripsi/ gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. (Nazir, 1983:63).

Dalam hal ini, penulis menganalisa dengan membandingkan data yang diperoleh di lapangan dengan teori yang ada yang berkaitan dengan kasus yang diangkat. Membandingkan data yang didapat yaitu media promosi yang ada sebelumnya dengan kajian teori desain kemudian dianalisis sehingga didapat suatu hasil atau kesimpulan untuk menjawab permasalahan sebagai dasar dalam perancangan.

### **1.6.2 Indikator serta Model Penilaian Desain**

Indikator yang nantinya akan dipakai sebagai acuan didalam menilai desain ialah ilustrasi, teks, warna, teknik cetak. Dibuat alternatif desain dari media yang dipilih. Desain yang terbaik dipilih dari tiga alternatif desain yang diukur berdasarkan kriteria desain.

Adapun kriteria desain yang dijadikan indikator yaitu:

a. Fungsional

Desain harus benar-benar sesuai dengan fungsinya atau tepat guna (Sachari, 1986:47).

b. Komunikatif

Desain harus menggambarkan sesuatu yang tepat dan mudah dimengerti sehingga mampu mengarahkan konsumen pada misi dan tujuan (Sachari, 1986:78).

c. Informatif

Pesan yang disampaikan berisi informasi yang dibutuhkan sangat jelas (Poerwadarminta, 2000:432).

d. Ergonomis

Pemakaian atau penempatan unsur-unsur seni seperti huruf, warna ataupun ilustrasi sesuai pada tempat dan proporsi sehingga tidak mengganggu penglihatan (Poerwadarminta, 2000:432).

e. *Artistik*

Keindahan adalah sifat dari sesuatu benda yang memberi kita kesenangan yang tidak berkepentingan yang kita bisa peroleh semata-mata dari memikirkan atau melihat benda individu itu bagaimana mestinya (Susanto, 2002:54).

f. *Simplicity*

Visualisasi desain sederhana tetapi menarik perhatian sehingga dengan visualisasi sedemikian rupa tidak menghamburkan dan membingungkan komunikasi untuk menangkap misi dan tujuan yang disampaikan (Sachari, 1986:73).

g. *Suprise*

Desain yang dibuat harus bisa memberikan kejutan bagi komunikasi dengan menampilkan unsur-unsur yang lain sehingga mampu menarik perhatian (Sachari, 1986:89).

h. Etis

Desain tidak melanggar norma-norma yang ada di masyarakat (Sachari, 1986:67).

Menentukan desain terpilih dengan melakukan pengukuran atau penilaian alternatif-alternatif desain menggunakan skala ordinat (skala yang menunjukkan tingkatan atau rangking). Rangking didapatkan setelah dilakukan penilaian berdasarkan prinsip-prinsip desain. Disinilah diperlukan usaha menentukan tingkatan dan kualitas, kriteria-kriteria tentang apa yang disebut sangat baik, baik, cukup, kurang, dan sangat

kurang. Masing-masing tingkatan kualitas akan disusun berdasarkan jenjang ilmu dan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1.



- a. Nilai 5 = sangat baik
- b. Nilai 4 = baik
- c. Nilai 3 = cukup
- d. Nilai 4 = kurang
- e. Nilai 5 = sangat kurang

Untuk mendapatkan nilai tertinggi (total skor) dari tingkatan kualitas desain tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{\text{Jumlah rata-rata skor keseluruhan (tiap unsur)} \times 100\%}{N}$$

$N$  = Nilai skor tertinggi x jumlah indikator (5x8)

Berikut adalah contoh tabel penilaian desain:

No	Alternatif Desain		Evaluasi													Jumlah Rata-rata Skor	Total Skor %					
			Kriteria Desain	Unsur Visual																		
	Sketsa	Gambar Jadi		Ruang				Tata				Warna										
			Fungsional					+						+						+	4,6	94,5 %
			Komunikatif				+						+						+	4,3		
			Informatif					+						+						+	5	
			Ergonomis					+						+						+	5	
			Artistik					+						+						+	4,6	
			Simplicity					+						+						+	5	
			Suprise					+						+						+	4,6	
			Etis					+						+						+	4,6	

Nilai 94,5 di dapat berdasarkan rumus yang dipaparkan di atas yaitu jumlah rata-rata skor keseluruhan (37,7 x 100 %) kemudian di bagi dengan indikator (40).

Setelah masing-masing desain dinilai berdasarkan prinsip-prinsip desain akan terlihat satu desain yang menduduki ranking teratas dan desain inilah yang nantinya sebagai desain terpilih (Togama Naibaho, dkk,1998:82)

## 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan terarah mengenai pengantar karya Tugas Akhir maka dalam penulisan ini dibagi dalam 5 bab secara sistematis yang mana antara bab yang satu dengan bab yang lainnya mempunyai hubungan yang erat dan merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan. Sistematika dari masing-masing bab dapat dirinci sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah yang merupakan hal dasar diangkatnya suatu masalah yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam perancangan media, termasuk di dalamnya terdapat pengertian judul, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat perancangan, metode analisis data, dan indikator penilaian desain.

## BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan mengenai tinjauan dari berbagai data-data yang diperoleh sehingga nantinya digunakan sebagai data aktual dan faktual untuk kemudian dianalisis kembali menjadi data sintesa sehingga dapat dijadikan acuan dalam perumusan konsep desain.

## BAB III KONSEP DESAIN

Pada bab ini menguraikan tentang pola pikir, skema proses perancangan, konsep perancangan desain, strategi media, program tayangan media, dan strategi kreatif yang selanjutnya akan dijadikan dasar pada visualisasi desain.

## BAB IV VISUALISASI DESAIN

Pada bab ini menguraikan tentang seluruh visualisasi desain dalam bentuk gambar serta uraian rinci tentang masing-masing desain. Adapun visualisasi desain yang diuraikan yaitu poster, iklan majalah, stiker, X-Banner, brosur, folder, amplop dan kop surat, poscard, kalender meja, dan katalog.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan tentang simpulan dari unsur-unsur yang berpengaruh pada proses perancangan sehingga diketahui hal yang menjadi alasan media promosi layak untuk ditampilkan. Sedangkan saran merupakan rekomendasi kepada pihak-pihak terkait.

## **BAB II**

### **IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA**

#### **2.1 Data Teoritis/Aktual**

Data aktual adalah data yang diperoleh dari literatur mengenai teori tentang media desain komunikasi visual yang berhubungan dengan konsep pengerjaan tugas akhir ini.

##### **2.1.1 Pengertian Obyek Kasus**

Dalam tugas akhir ini penulis mengambil judul “Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Upaya Mempromosikan Panorama Hotel Di Jalan Raya Pengosekan Ubud”. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa perhotelan di wilayah Ubud menyebabkan persaingan di dunia usaha semakin sulit. Karenanya Panorama Hotel perlu melakukan suatu usaha untuk dapat bertahan dan mampu menghadapi persaingan. Dalam hal ini salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh Panorama Hotel adalah dengan menambah media promosi yang mana media promosi tersebut dapat menginformasikan pesan kepada sasaran secara maksimal dan menarik sehingga Panorama Hotel dapat lebih dikenal di masyarakat (wisatawan).

##### **2.1.2 Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual**

###### **2.1.2.1 Ilustrasi**

Kata ilustrasi berasal dari bahasa latin yaitu *illustrare* yang berarti menerangkan, ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, musik yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu (Santosa,2002:57) dalam merancang sebuah desain, ilustrasi merupakan bagian terpenting yang fungsinya memperjelas atau mempertegas juga sekaligus menjadi daya tarik visual. Karena pada umumnya khalayak lebih tertarik pada bahasa gambar daripada bahasa tulisan (Riyanto,1992:21)

Fungsi suatu ilustrasi adalah untuk menarik perhatian publik guna mendorong dan mengembangkan gagasan dalam bentuk cerita realistis, dapat menumbuhkan suasana emosional karena ilustrasi lebih mudah dipersepsi atau diserap daripada tulisan (Kusmiati, Artini.1999:44).



### 2.1.3 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Prinsip-prinsip desain ini nantinya digunakan sebagai patokan dalam memberikan penilaian terhadap alternatif desain yang dibuat untuk menentukan desain yang terbaik. Adapun prinsip-prinsip desain komunikasi visual yaitu:

#### 2.1.3.1 Titik Pandang (*domination*)

Penggunaan prinsip ini dapat dicapai melalui perbedaan kualitas akibat penggunaan sesuatu. Untuk menghindari kesan yang monoton/ membosankan salah satu unsur dapat ditonjolkan lebih dari unsur yang lainnya (Riyanto, 1992:27) Misalnya antara merek dan ilustrasi. Keduanya merupakan dua unsur yang saling berebut perhatian. Agar tidak membingungkan konsumen maka diperlukan suatu penonjolan baik dari segi warna maupun dari segi ukuran.

#### 2.1.3.2 Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan adalah kesamaan distribusi dalam bobot. Mendesain dengan keseimbangan cenderung dirasakan keterkaitan bersama, kelihatan bersatu, dan perasaan harmonis. Dapat juga diartikan enataan unsur-unsur untuk mencapai suatu kesan visual dengan penyebaran yang menyenangkan (Wirya, 1992:35). Prinsip keseimbangan dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

- Formal Balance (Simetris) yaitu terkesan resmi atau formal (sama dalam ukuran, bentuk, bangun dan letak dari bagian-bagian atau obyek-obyek yang akan disusun di sebelah kiri dan kanan garis suatu sumbu khayal. Apabila unsur-unsur bentuknya sama osisinya pada kedua belah sisi dari garis poros (tengah) ruang layout. (Riyanto, 1992:23)
- Informal Balance (Asimetris) yaitu terkesan tidak resmi atau informal tetapi tampak dinamis apabila garis, bentuk, tangan, atau massa yang tidak sama dengan ukuran, isi atau volume diletakkan sedemikian rupa sehingga tidak mengikuti aturan (Kusmiati, 1999:11). Apabila unsur-unsur pendukung bentuk layout pada kedua belah sisinya sedikit tidak sama dari garis poros ruang layout. (Riyanto, 1992:23)

### 2.1.3.3 Irama (*rhythm*)

Prinsip Ritme merupakan pola yang diciptakan dengan mengulang atau membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada diantaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya. Irama berfungsi untuk mengarahkan perhatian dari suatu tempat atau bidang ke tempat atau bidang yang lain, sehingga tercipta suatu bidang gerak. Irama dapat di capai dengan:

- Kesamaan pengulangan penempatan unsur-unsur layout
- Pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout
- Pengulangan warna

### 2.1.3.4 Keserasian (*Harmony*)

Keselarasan berarti kesan kesesuaian antara bagian yang satu dengan bagian yang lain dalam suatu benda, atau juga antara unsur yang satu dengan unsur yang lainnya pada suatu susunan (komposisi). Nilai harmoni dapat dicapai dengan repetisi (pengulangan bentuk) unsur-unsur layout baik itu bidang, garis, huruf, gambar, warna dan lainnya (Rianto, 1992:25). Keserasian merupakan suatu usaha menyusun berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur dan unsur-unsur lain yang disusun secara seimbang dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat dipandang.

### 2.1.3.5 Proporsi (*Propotion*)

Ditinjau dari asal kata proporsi berasal dari bahasa asing lathin "*proporsio*" yang berarti perbandingan matematis ukuran antara bagian yang satu dengan yang lain dan hubungan secara keseluruhan. Proporsi merupakan suatu perbandingan yang menunjukkan hubungan antara satu unsur dengan unsur yang lainnya, serta hubungan antara unsur layout dengan dimensi ruang layoutnya/ bidang gambar (Riyanto, Bedjo.1992:54)

### 2.1.3.6 Kesatuan (*Unity*)

Prinsip kesatuan dalam desain grafis multimedia adalah prinsip bagaimana mengorganisasikan seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis. Untuk mencapai kesatuan tersebut, desainer harus mengerti tentang garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format,

keseimbangan, titik fokus, dan ritme. Ada beberapa prinsip membuat kesatuan yaitu sebagai berikut :

- Hubungan yaitu mengulang suatu elemen, misalnya warna, arah, nilai, bentuk, tekstur, atau membangun suatu gaya, misalkan gaya linier, atau membangun hubungan di antara elemen yang ada
- Grid yaitu membagi subbagian format ke dalam bagian horisontal dan vertikal secara tetap, kolom, margin, dan ruang yang membentuk kerangka untuk mengorganisasi ruang, huruf, dan gambar dalam desain.
- Kesejajaran yaitu hubungan visual yang dibuat antara elemen-elemen, bentuk, dan objek yang mempunyai garis poros yang sama.
- Aliran yaitu menggunakan prinsip ritme bergerak dari elemen satu ke elemen yang lain. (Suyanto, 2004:67)

#### 2.1.3.7 Prinsip Hirarki Visual

Merupakan prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan secara langsung dengan titik fokus. (Suyanto, M. 2004:64) Tiga pernyataan penting mengenai hirarki visual yaitu:

- Mana yang anda lihat pertama?
- Mana yang anda lihat kedua?
- Mana yang anda lihat ketiga?

#### 2.1.3.8 Kesederhanaan (*Simplicity*)

Kesederhanaan (*simplicity*) artinya jika ditambah terasa menjadi ruwet dan jika dikurangi terasa ada yang hilang. Sederhana tidak berarti harus sedikit, tetapi yang lebih tepat adalah “pas”, artinya tidak lebih dan tidak kurang (Sanyoto, 2005:209).

#### 2.1.3.9 Skala (*Scale*)

Skala adalah ukuran yang relatif dari suatu objek, jika dibandingkan terhadap objek atau elemen lain yang telah diketahui ukurannya. Skala digunakan untuk menciptakan keserasian dan kesatuan objek suatu desain, melalui kesamaan-kesamaan atau kontras yang dibuat dalam skala (Kusmiati, 1999:14). Biasanya skala

dinyatakan dengan ukuran panjang dan lebar dimana elemen-elemen yang digunakan memiliki hubungan dalam skala secara konsisten.

#### 2.1.3.10 Kontras

Kontras di dalam komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, akan muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.

### 2.1.4 Aspek Teknis Perwujudan

#### 2.1.4.1 Bahan

Bahan adalah sukat, selayaknya, bakal barang yang dipakai untuk barang yang lain; sesuatu yang dibutuhkan untuk bahan cetak. Penggunaan bahan harus sesuai dengan kebutuhan. Ada beberapa bahan yang digunakan yaitu kertas, kayu, logam, plastik dan sebagainya (George Schender, 1977:43).

#### 2.1.4.2 Teknik Cetak

Mencetak bisa diartikan membuat salinan yang banyak dari original yang sama (George Schender, 1977:167). Teknik cetak dapat diklasifikasikan menjadi :

- a. Teknik cetak tinggi (*Relief Printing*): adalah teknik cetak dimana gambar yang akan dicetak posisinya lebih tinggi dari bagian yang tidak dicetak. contohnya stempel. Tehnik cetak tinggi dapat di bagi menjadi dua yaitu :

- 1). Letterpress (Boekdruck)

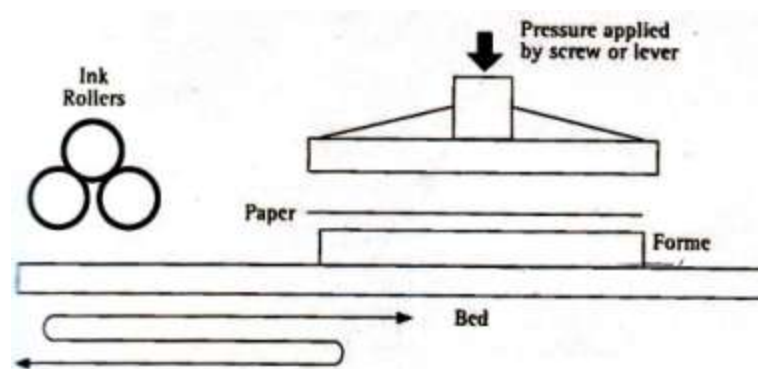
Tehnik cetak ini acuan cetaknya terbuat dari bahan yang keras. Cetak ini disebut Boekdruck yang artiya cetak buku, karena secara historical pada pertengahan abad ke 15 tepatnya pada tahun 1440, seorang bernama Johannes Gutenberg, memikirkan dan melakukan teknik cetak ini untuk mencetak buku dengan menyusun huruf-huruf lepas yang terbuat timah sebagai acuan cetaknya, proses ini dikenal sebagai boedruck.

Adapun contoh produknya meliputi : Formulir, Nota dan pekerjaan-pekerjaan sederhana. Proses cetak ini dipakai juga untuk cetak foil dan cetak embos.

Acuan cetak Letterpress (Boekdruck):

- Huruf-huruf lepas dari bahan timah yang disusun.
- Susun huruf cor timah yang dibuat dengan mesin-mesin Intertype, Lynotype, Monotype, dan sebagainya.
- Dibuat dari seng, tembaga dan timah. Proses pembuatannya dengan fotomekanikal dan etsa atau elektronik dan engraving.
- Dibuat dari plastik/ nylon (nyoloprint). Proses pembuatannya dengan fotopolymer dikenal dengan sebutan Wash-off printing plate.

Proses cetak ini sudah semakin jarang digunakan, karena biaya pembuatan acuan cetaknya yang tidak murah dan keterbatasan mutu produknya.



*Gb. Bagan Proses Percetakan dengan Mesin Cetak*

*LetterPress*

*(Pengantar Desain Komunikasi Visual : 135)*

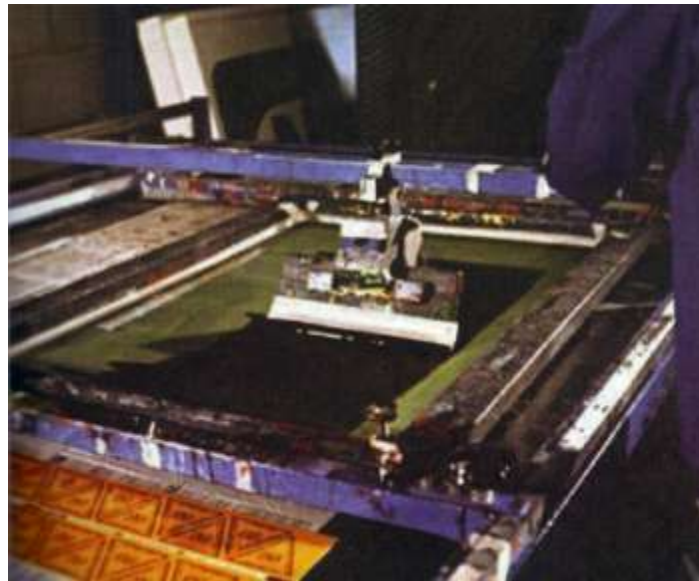
- b. Teknik cetak saring (*Screen Printing*) adalah teknik mencetak dengan menggunakan alat saringan (silk screen) dan rakel, dimana acuan cetak pada screen berlubang, bisa juga disebut

dengan teknik sablon. Bagian yang mencetak pada acuan cetak bersifat tembus tinta dan bagian yang tidak mencetak tidak tembus tinta.

Teknik cetak ini disebut juga cetak tembus atau cetak sablon.

Proses cetak sablon relatif sederhana, dapat mencetak dalam jumlah kecil maupun besar. Teknik cetak ini diaplikasikan pada banyak hal, dari yang bersifat seni sampai industri. Selain itu juga, teknik cetak ini bisa digunakan untuk mencetak diatas segala dasar seperti kayu, kertas, tekstil, keramik, logam, plastik dan lain sebagainya.

Dalam proses cetak sblon terdiri dari empat metode yaitu proses cetak rata ke rata (flat to flate), rata ke silinder (flat to cylinder), silinder ke silinder (cylinder to cylinder) dan menurut bentuk (body printing).



*Gb. Tehnik mencetak Flat Screen Printing/ Sablon  
(Pengantar Desain Komunikasi Visual : 133)*

- e. Tehnik Cetak Digital Printing : suatu teknologi cetak yang memiliki high quality langsung dari komputer. Perbandingan kualitas antara cetak offset dan digital printing bukan lagi menjadi aspek utama karena ada kelebihan dari digital printing yang tidak dapat dilakukan oleh cetak offset, yaitu speed dan fleksibilitas. Adapun beberapa kelebihan digital printing yaitu :
- 1). *Short Run Printing* : mencetak dengan oplah di bawah 1000, dalam full colour termasuk 3 lembar, 20 lembar, atau 100 lembar.
  - 2). *On demand Printing* : mencetak sesuai dengan kebutuhan, kapan saja, dan dimana saja serta dapat meng-update/merubah data pada setiap cetak.
  - 3). *Personalitation* : memiliki kemampuan mencetak secara personal/per individu/per group dengan data yang bervariasi.
  - 4). *Distributed Printing* : Data digital dapat langsung di cetak secara bersamaa di tempat lain, segera setelah data tersebut di terima di manapun.

Tidak seperti halnya sistem cetak offset tradisional, untuk mendapatkan suatu hasil cetak harus melewati tahap pembuatan film separasi warna, montage, platmaking, kemudian cetak. Proses tersebut memakan waktu yang cukup lama terlebih lagi jika ada perubahan, maka akan membutuhkan waktu yang lebih lama.  
(Dameria, 2000 : 36)

### **2.1.5 Teori Sosial Yang Mendukung Kasus**

Teori sosial yang digunakan sebagai pendukung kasus adalah teori semantik indrawi dan teori iklan.

#### **a. Teori Semantik Indrawi**

Semantik berasal dari kata Semanien dalam bahasa Yunani yaitu berarti, bermaksud dan meneliti. Sedangkan semantik merupakan semiotika yang berkenaan dengan makna dan konsep.

Dalam dunia Komunikasi Visual, Semantik berarti :

- 1). Meneliti dan menganalisis makna dalam visual tertentu. Visualisasi dari suatu image merupakan symbol dari suatu makna.
- 2). Makna suatu visual dan perkembangannya.

Teori tersebut akan berkaitan erat dengan visualisasi desain yang dibuat, dimana natural menjadi konsep utama. Teori semantik indrawi dapat di realisasikan dengan gaya desain yang erat kaitannya dengan visualisasi suasana dengan makna denotatif yang sebenarnya yaitu menggambarkan secara visual suasana yang berkesan sejuk, nyaman, dan asri yang ditampilkan dengan menggunakan warna-warna hijau yang dominan.

#### b. Iklan

Periklanan adalah penggunaan media bayaran oleh seseorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi yang merupakan alat promosi yang kuat. (Suyanto,2004:3). Tujuan periklanan dapat digolongkan menurut sasarannya yakni memberikan informasi, persuasi, mengingatkan para pembeli, menambah nilai, dan membantu aktivitas perusahaan. Daya tarik pesan dapat diciptakan menggunakan selebritis, humor, rasa takut, kesalahan, musik, komparatif, dan sek.

Ada juga daya tarik informasional/rasional yaitu daya tarik yang berfokus pada praktek, fungsi, atau kebutuhan konsumen secara optimal terhadap suatu produk yang memberikan tekanan pada manfaat atau alasan untuk mempunyai atau menggunakan suatu isi merek. Daya tarik positif/ rasional cenderung informatif dan pengiklan menggunakan nada ini untuk meyakinkan konsumen bahwa produk mempunyai manfaat khusus yang memuaskan konsumen.

Daya tarik emosional yaitu daya tarik yang berhubungan psikologis konsumen untuk membeli suatu produk. Banyak konsumen termotivasi mengambil keputusan dan membeli suatu produk karena emosional dan perasaan terhadap merek dapat menjadi lebih penting daripada pengetahuan terhadap atribut dan pernak-pernik produk.

Daya tarik kombinasi adalah daya tarik perpaduan antara berbagai daya tarik yang telah dibahas. Banyak perusahaan menggunakan ini untuk menarik perhatian penonton.



Teori tersebut sangat berkaitan dengan desain iklan yang dibuat dimana menggunakan daya tarik rasional untuk meyakinkan konsumen tentang suatu produk/ jasa yang ditawarkan. Karena daya tarik tersebut lebih informatif untuk mempromosikan suatu produk. Selain itu daya tarik kombinasi juga diperlukan agar media yang di buat dapat menarik perhatian konsumen.

## **2.2 Data Lapangan / Faktual**

Data faktual merupakan data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan.

### **2.2.1 Obyek**

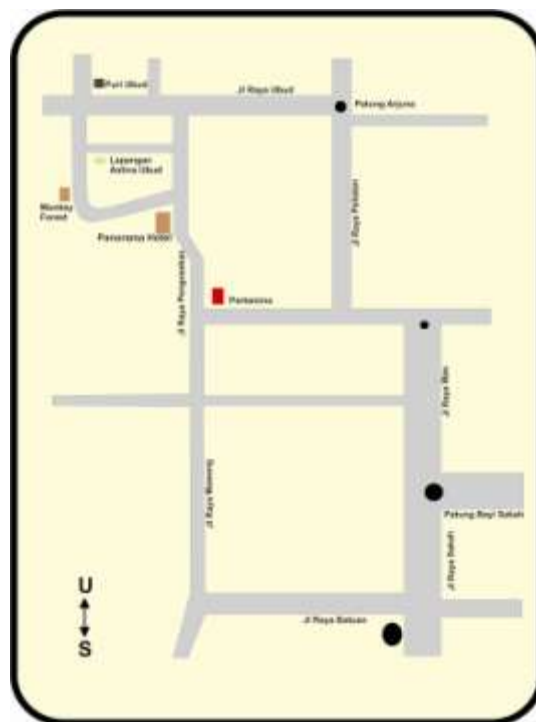
Obyek yang di gunakan dalam perancangan ini adalah Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Upaya Mempromosikan Panorama Hotel. Panorama Hotel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penginapan atau hotel yang berlokasi di Ubud tepatnya di jalan Raya Pengosekan Ubud. Panorama Hotel memiliki luas sekitar 1,6 hektar dan dibangun pada tahun 1992.

### **2.2.2 Pengelola**

Panorama Hotel dikelola oleh I Nyoman Sweta selaku pimpinan di perusahaan. Beliau tinggal di Br Tengkulak Tengah desa Kemenuh Gianyar dan lahir pada tanggal 24 april 1970. Bapak Nyoman Sweta adalah lulusan Diploma 1 Houskeeping di B4B. Meskipun dengan pendidikan Diploma Bapak Sweta sudah profesional dalam profesinya menjadi Pimpinan di Panorama Hotel. Sebelumnya Beliau pernah juga menjadi manajer di perusahaan perhotelan yaitu Hotel Taman Harum yang berlokasi di desa Mas Ubud.

### 2.2.3 Lokasi

Dalam pembuatan tugas akhir ini penulis mencari data di Panorama Hotel yang berlokasi di Jalan Raya Pengosekan Ubud. Daerah ini merupakan salah satu daerah yang sangat strategis di Ubud karena tidak jauh dari pusat kota Ubud dan juga sangat terkenal dengan seni lukisan tradisional Bali. Tentu daerah ini sangat berpotensi untuk mengembangkan usaha pariwisata seperti perhotelan. Berikut ini adalah denah lokasi perusahaan :



*Gb. Denah Lokasi Perusahaan*

### 2.2.4 Sarana Komunikasi Visual Yang Ada

Sarana komunikasi yang ada yang telah didapatkan selama pengumpulan data berupa: brosur, dan kartu nama dimana media tersebut dapat dikatakan belum cukup memadai untuk mempromosikan Panorama Hotel.

### 2.2.4.1 Aplikasi Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual

Unsur-unsur media komunikasi visual yang di gunakan selama ini yaitu:

#### 1. Brosur



*Gb. Brosur Panorama Hotel*

- Ilustrasi : pada desain brosur ilustrasi yang digunakan adalah berupa foto-foto tentang fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Dimana tehnik ilustrasi yang digunakan adalah tehnik fotografi.
- Huruf dan Tipografi : adapun huruf yang digunakan pada desain brosur adalah jenis huruf Lucida Handwriting. Hanya sedikit menggunakan jenis huruf arial.
- Teks : kata-kata pada cover brosur menggunakan huruf dengan memakai garis bawah. Teks yang terdapat di dalamnya di buat terlalu besar sehingga komposisi antara teks dan gambar menjadi kurang bagus.
- Warna : warna yang di pakai pada brosur hanya menggunakan warna dasar yang sama antara cover maupun isinya. Tidak ada kombinasi warna sehingga terkesan biasa saja.

#### 2. Kartu nama



*Gb Kartu nama Panorama Hotel*

- a. Ilustrasi : pada desain kartu nama yang tertera di atas hanya menggunakan ilustrasi berupa logo yang ditata sedemikian rupa dan di padukan dengan teks
- b. Huruf dan Tipografi : adapun huruf yang digunakan pada desain kartu nama adalah jenis huruf High Tower Text
- c. Teks : kata-kata yang di gunakan pada kartu nama berisi tentang identitas berupa nama dan alamat Panorama Hotel
- d. Warna : warna yang di pakai pada kartu nama hanya menggunakan satu warna yang dijadikan dasar. Tidak ada kombinasi warna sehingga terkesan biasa dan sangat minimalis.

#### 2.2.4.2 Material dan Tehnik

Untuk mempromosikan Panorama Hotel kepada masyarakat (wisatawan domestik dan mancanegara) usaha yang dilakukan ialah dengan menambah media promosi yang tentunya lebih menarik sehingga dapat menarik perhatian pariwisataawan. Adapun beberapa jenis media yang di gunakan untuk mempromosikan Panorama Hotel antara lain :

- a. Brosur menggunakan bahan/material art paper ukuran 210 gr, pembuatan desain menggunakan tehnik komputer dan produksi menggunakan tehnik cetak offset.
- b. Kartu nama menggunakan bahan/material art paper ukuran 210 gr, pembuatan desain dengan tehnik komputer dan produksi menggunakan tehnik cetak offset.

#### 2.2.5 Potensi Kasus

Kwalitas jasa merupakan tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara rielnnya disajikan kepada konsumen Semakin ke depan perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti perhotelan kian bertambah. Terlebih lagi di dukung dengan daerah yang memang tingkat kunjungan pariwisatanya bisa di katakan cukup tinggi. Hal itu menyebabkan sekian banyak orang berlomba-lomba mengembangkan usaha yang berkecimpung di dunia pariwisata. Semakin banyak persahaan yang didirikan, maka semakin sulit pula persaingan yang terjadi. Pada sebuah jasa

Hotel, sudah tentu akan memperlihatkan tampilan fisik, baik itu arsitektur gedung, kebersihan kamar, fasilitas dan desain interior dari berbagai ruangan dan lain sebagainya. Dan untuk mendukung hal itu diperlukan suatu media untuk menyajikan informasi mengenai keberadaan perusahaan. Untuk itu penulis mengangkat judul tersebut sebagai usaha dalam mempromosikan Panorama Hotel kepada masyarakat sehingga dapat lebih dikenal di masyarakat (wisatawan domestik maupun mancanegara) melalui media komunikasi visual.

### **2.2.6 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam usaha mencapai target yang akan dituju. Pemasaran merupakan proses manajemen yang bertanggung jawab terhadap identifikasi, antisipasi serta pemenuhan kebutuhan konsumen dalam hal ini berupa informasi. Menurut Philip Cottler strategi pemasaran dapat digolongkan menjadi empat unsur atau dikenal dengan 4P yaitu :

#### *2.2.6.1 Product* (Produk).

Produk yang ditawarkan oleh Panorama Hotel adalah segala fasilitas Hotel yang nyaman dan pelayanannya.

#### *2.2.6.2 Price* (Harga)

Merupakan harga produk yang ditawarkan. Diklasifikasikan untuk wisatawan domestik dengan memakai harga Rupiah (Rp.) dan untuk wisatawan Mancanegara dengan memakai harga dollar (\$).

#### *2.2.6.3 Place* (Tempat)

Tempat pemasaran media ini adalah tempat-tempat yang strategis seperti dalam event-event dengan cara seminar, menempel poster di tempat strategis, atau menyebarkan media tersebut kepada masyarakat.

#### *2.2.6.4 Promotion* (Promosi)

Media-media yang rancang diharapkan mampu berbicara (komunikatif) memberikan informasi yang tepat dan jelas. Promosi dilakukan dengan membagikan secara Cuma-Cuma seperti brosur dan stiker kepada masyarakat dalam suatu kegiatan event, pameran yang dilakukan dan meletakkannya pada tempat strategis dan diijinkan.

### 2.2.7 Target Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah tindakan membagi-bagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin menghargai variable untuk mendapatkan mana yang mengungkapkan peluang segmentasi terbaik. Yang menjadi target atau sasaran dalam usaha mempromosikan Panorama Hotel ini adalah pariwisatawan baik itu lokal maupun mancanegara dan masyarakat umum khususnya yang berkecimpung di dunia pariwisata.

## 2.3 Analisis dan Sintesa

### 2.3.1 Analisis

#### 2.3.1.1 Analisis Teori

Teori yang digunakan pada perancangan ini adalah teori mengenai desain komunikasi visual yang kemudian digunakan sebagai acuan pada saat perancangan media informasi. Adapun unsur visual yang terdapat pada desain komunikasi visual yaitu :

- Ilustrasi : berasal dari bahasa latin yaitu *ilustre* yang artinya menerangkan, ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, musik yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu (Santosa, Sigit. 2002:57).
- Teks : Sederetan kata atau kalimat yang menjelaskan suatu barang atau jasa untuk tujuan tertentu. Bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya (Ananda, 1978:63).
- Tipografi : berasal dari bahasa latin yaitu *typos* dan *graphia*. *Typos* artinya cetakan bentuk dan sejenisnya, sedangkan *graphia* berarti hal tentang seni tulisan (Schender, 1997:4)
- Warna : kualitas dari mutu cahaya yang dipantulkan suatu obyek ke mata manusia.

Selain teori unsur visual, perancangan sebuah media komunikasi visual juga memakai kriteria desain sebagai acuan yaitu:

- Fungsional : Desain harus benar-benar sesuai dengan fungsinya atau tepat guna (Sachari, 1986:47).

- Komunikatif : Desain harus menggambarkan sesuatu yang tepat dan mudah dimengerti sehingga mampu mengarahkan konsumen pada misi dan tujuan (Sachari, 1986:78).
- Informatif : Pesan yang disampaikan berisi informasi yang dibutuhkan sangat jelas (Poerwadarminta, 2000:432).
- Ergonomis : Pemakaian atau penempatan unsur-unsur seni seperti huruf, warna ataupun ilustrasi sesuai pada tempat dan proporsi sehingga tidak mengganggu penglihatan (Poerwadarminta, 2000:432).
- *Artistik* : Keindahan adalah sifat dari sesuatu benda yang memberi kita kesenangan yang tidak berkepentingan yang kita bisa peroleh semata-mata dari memikirkan atau melihat benda individu itu bagaimana mestinya (Susanto, 2002:54).
- *Simplicity* : Visualisasi desain sederhana tetapi menarik perhatian sehingga dengan visualisasi sedemikian rupa tidak menghamburkan dan membingungkan komunikasi untuk menangkap misi dan tujuan yang disampaikan (Sachari, 1986:73).
- *Suprise* : Desain yang dibuat harus bisa memberikan kejutan bagi komunikasi dengan menampilkan unsur-unsur yang lain sehingga mampu menarik perhatian (Sachari, 1986:89).
- Etis : Desain tidak melanggar norma-norma yang ada di masyarakat (Sachari, 1986:67).

### 2.3.1.2 Analisis Faktual

Dalam pembuatan tugas akhir ini, guna mendapatkan data-data yang akurat penulis menganalisa segala permasalahan-permasalahanyang ada di lapangan yang berkaitan dengan penulisan. Pada media sebelumnya yang ada yaitu brosur dan kartu nama telah memiliki setiap kriteria yang telah digariskan dalam perancangan media komunikasi visual. Apabila dianalisa berdasarkan unsur visualnya, maka diketahui kelebihan dan kekurangan dari media yang ada:

#### a. Ilustrasi

media brosur menggunakan ilustrasi fotografi yang diolah di komputer. Ilustrasi yang digunakan kurang menarik karena hanya menampilkan foto-foto tentang hotel dan fasilitasnya namun penataannya terlihat biasa.

b. Teks

Teks yang digunakan pada media brosur dan kartu nama telah memenuhi kriteria informatif dan komunikatif, dengan menyampaikan pesan tentang Panorama Hotel baik itu fasilitas, serta lokasinya.

c. Tipografi

pemilihan jenis huruf pada media kartu nama sudah terlihat baik dan jelas. Namun pada media brosur jenis huruf yang digunakan kurang tepat sehingga tulisan terlihat kurang jelas.

d. Warna

penggunaan warna sudah terlihat baik akan tetapi warna yang digunakan pada media brosur terlihat kurang menarik dan tidak mampu menampilkan kesan sejuk yang mempesona wisatawan.

e. Tehnik Cetak

masing-masing media sudah diwujudkan sesuai dengan kegunaannya dan juga dengan tehnik cetak yang sesuai dengan mediana. Media brosur dan kartu nama diwujudkan dengan menggunakan tehnik cetak offset, karena dalam pembuatan mediana yang diedarkan dalam jumlah yang banyak, dan juga untuk lebih menekan biaya produksi.

f. Bahan

bahan yang digunakan pada media sebelumnya adalah menggunakan kertas. Pemilihan media telah sesuai dengan media masing-masing sehingga tidak ada media yang menggunakan bahan yang tidak tepat pada media sebelumnya.

### 2.3.1.3 Analisis Wawancara

Untuk memperkuat serta meyakinkan data-data yang di peroleh, penulis juga melakukan wawancara dengan Bapak Erik dan Bapak Made Bawa selaku pihak yang berwenang di Panorama Hotel. Karena pihak ini dianggap tahu tentang permasalahan yang ada di



lapangan yang berkaitan dengan penulisan. Dari hasil wawancara, bahwa Panorama Hotel merupakan perusahaan perhotelan yang dibangun di lokasi strategis tidak jauh dari pusat kota Ubud sehingga tingkat kunjungan wisata cukup tinggi. Akan tetapi seiring waktu persaingan menjadi semakin sulit mengingat banyaknya perusahaan perhotelan yang berdiri di Ubud. Pengaruh tragedi bom Bali masih terasa dampaknya terhadap kunjungan wisatawan hingga sekarang.

Disamping itu, media promosi yang ada di Panorama Hotel masih kurang untuk meyakinkan wisatawan untuk berkunjung kesana. Media seperti brosur dan kartu nama terlihat biasa saja hanya dengan menampilkan foto-foto dan tulisan. Sedangkan media lain seperti x-banner, kalender, folder, dan media lain belum ada di Panorama Hotel.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, mahasiswa sebagai perancang media komunikasi visual menjadikan suasana sejuk alam seperti sawah dipadukan dengan ilustrasi foto-foto Panorama Hotel. Hal tersebut akan menimbulkan kesan sejuk dan nyaman sebagai acuan untuk merancang media komunikasi visual yang akan digunakan untuk mempromosikan Panorama Hotel.

### **2.3.2 Sintesa**

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan maka diketahui bahwa media komunikasi visual yang digunakan sebagai sarana promosi masih kurang, untuk itu guna mencapai tujuan yang diinginkan maka akan dirancang beberapa media komunikasi visual yang lebih informatif dan menarik dan tentunya mampu untuk mempromosikan Panorama Hotel. Adapun media yang dirancang yaitu:

Biasanya pelaku periklanan membagi media tersebut menjadi dua bagian yaitu:

#### **a. Media Lini Atas (*Above the line media*)**

Adalah kelompok media promosi yang memerlukan luar ruang, artinya sarana komunikasi massa. Misalnya media cetak, elektronik, serta media luar ruang. Adapun media yang dirancang adalah Poster dan Iklan majalah.

b. Media Lini Bawah (*Below the line media*)

Adalah kelompok media promosi yang tidak memerlukan media luar ruang, artinya dalam hal ini tidak melibatkan pemasangan iklan di media massa dan tidak memberikan komisi kepada perusahaan iklan. Media lini bawah merupakan media yang terdiri dari media seperti direct mail, exhibition (pameran), kalender, agenda, serta media yang berupa souvenir dan media yang dirancang adalah Stiker, Folder, X-banner, Postcard, Brosur, Kop Surat dan Amplop, Kalender Meja dan Katalog.

Unsur-unsur desain komunikasi visual yang digunakan untuk mewujudkan media di atas meliputi:

- Ilustrasi : menggunakan ilustrasi teknik fotografi yaitu menggunakan foto tentang Panorama Hotel dan Fasilitas yang digunakan dikomposisikan agar menarik dan komunikatif..
- Teks : Berisi keterangan alamat dan slogan untuk dapat membujuk dan mempengaruhi sasaran yang di tuju secara singkat, jelas, informatif, komunikatif sehingga mudah dipahami dan dimengerti.
- Huruf : Menggunakan tipe huruf yang mudah di baca seperti time new roman atau arial dan juga menggunakan jenis huruf yang bervariasi untuk bagian teks tertentu agar lebih menarik
- Warna : menggunakan warna-warna primer, sekunder, dan tersier. Dalam desain yang akan di rancang akan dominan menggunakan warna hijau dan putih sesuai dengan konsep perancangan yaitu nature.
- Ukuran dan Bahan : Memakai satuan panjang cm. Bahan yang di gunakan di sesuaikan dengan media.
- Teknik Cetak : menggunakan dalam perancangan desain adalah menggunakan teknik cetak Digital Printing

## **BAB III KONSEP DESAIN**

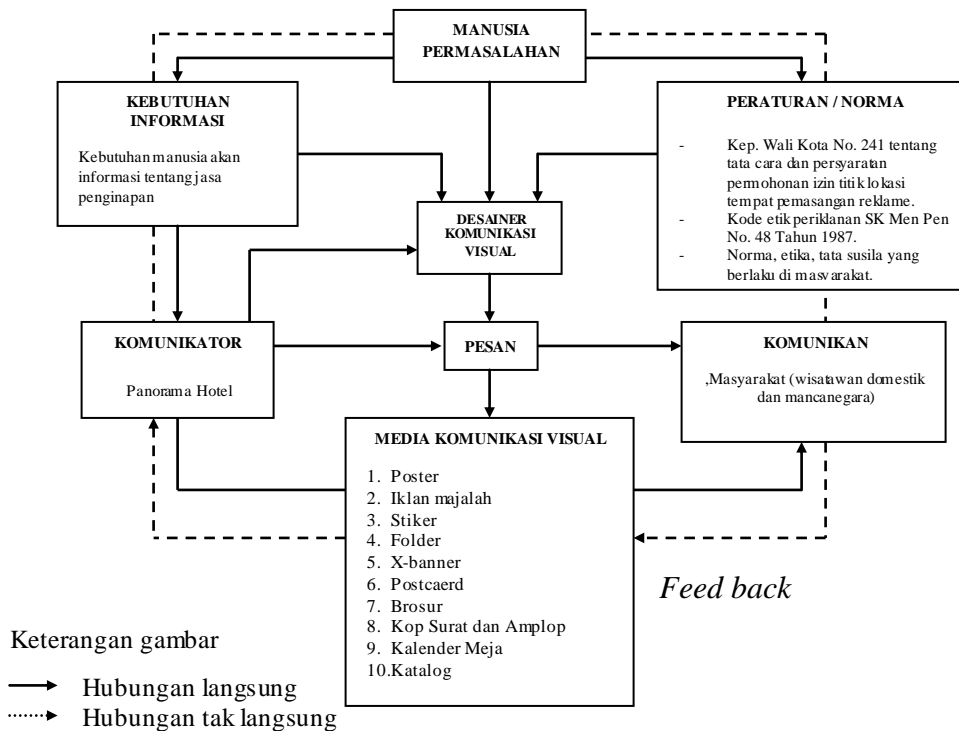
### **3.1 Konsep Dasar Perancangan**

Konsep adalah abstrak, identitas mental yang universal yang menunjuk pada katagori atau kelas dari suatu itentitas, kejadian atau hubungan. Untuk dapat menciptakan desain yang berkesan inofatif, kreatif, serta memenuhi kriteria media komunikasi visual yang baik agar nantinya mampu untuk mempromosikan Panorama Hotel perlu adanya konsep dasar perancangan yang dijadikan sebagai landasan untuk membuat suatu desain yang dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Adapun konsep dasar perancangan media komunikasi visual Panorama Hotel ini adalah *nature*, natural dalam arti kata diartikan sesuatu yang bersifat alam, alamiah, bebas dari pengaruh, bukan buatan / asli (Alwi, 2001:776). Konsep ini merupakan konsep yang bergaya sederhana dengan berpegang pada nama perusahaan yaitu "Panorama" yang artinya pemandangan alam yang bebas dan luas yang tentunya berkaitan dengan pemandangan asri dan natural. Dalam hal ini, penulis berusaha untuk menyajikan rancangan media komunikasi yang mampu menarik perhatian pariwisata untuk berkunjung dan menginap. Tentunya dengan berpedoman pada dasar-dasar perancangan desain komunikasi, menyangkut bahan, ukuran, komposisi, proporsi, warna serta tehnik cetak agar terwujud media promosi yang maksimal.

Dari segi ilustrasi, digunakan ilustrasi fotografi yang akan disempurnakan di media komputer. Dari segi tipografi, jenis font yang digunakan adalah jenis font yang mudah dibaca dan jelas seperti arial, roman dan font lainnya sesuai dengan kebutuhan media tersebut. Dan dari segi wana, warna hijau dan putih akan lebih dominan digunakan. Karena warna tersebut dapat memunculkan kesan yang sejuk dan natural sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Selain warna hijau warna lain seperti merah, biru, hitam dan lainnya juga akan digunakan sebagai pendukung agar media tersebut tidak monoton.

### 3.2 Skema Pola Pikir

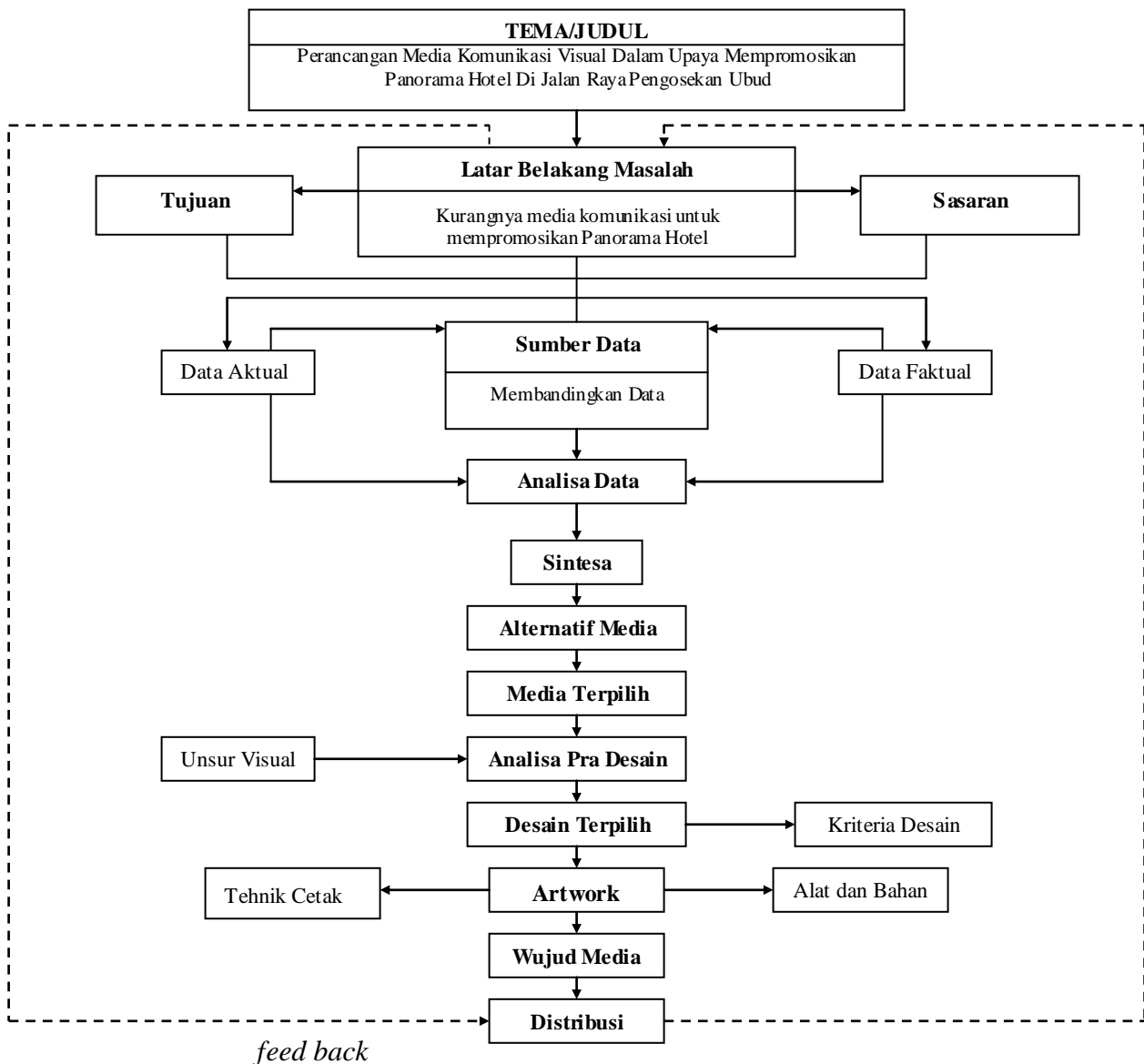
Pola pikir merupakan langkah-langkah pemikiran dalam merancang media komunikasi visual antara komunikator dan komunikan guna memastikan pesan yang disampaikan sesuai sasaran, adapun pola pikir perancangannya adalah :



Berdasarkan bagan di atas, dapat dilihat bahwa manusia hidup dengan segala kebutuhan dan permasalahan. Termasuk kebutuhan atau permasalahan untuk menginformasikan sesuatu kepada khalayak sebagai usaha mempromosikan produk/ jasa. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, desainer berperan memvisualisasikan maksud dan tujuan dari komunikator (Panorama Hotel) kepada komunikan (wisatawan domestik dan mancanegara) melalui desain yang dibuat. Pada prosesnya desain yang dibuat tentu harus berisikan informasi yang dibutuhkan oleh komunikan serta berisi informasi tentang produk/ jasa yang ditawarkan oleh komunikator yang mana tetap berpegang pada aturan/ norma yang berlaku di masyarakat. Visualisasi desain dapat berupa poster, iklan majalah, stiker, dan media lain yang dibutuhkan untuk kepentingan promosi produk/ jasa. Media-media tersebut pada akhirnya akan memberikan feed back yang diharapkan oleh manusia itu sendiri yaitu dapat memenuhi kebutuhan informasi terhadap suatu produk/ jasa.

### 3.3 Skema Pola Perancangan

Untuk mendukung dalam pemecahan masalah diperlukan dukungan data teori dan lapangan yang kemudian dilakukan analisis berdasarkan metode pendekatan yang telah ditetapkan untuk menghasilkan sintesa. Setelah penulisan media dalam sintesa kemudian dilanjutkan dengan proses perancangan awal berupa gambar kasar untuk selanjutnya dipilih dan diwujudkan melalui proses cetak. Skema proses perancangannya adalah :



Keterangan gambar

→ Hubungan langsung

.....→ Hubungan tak langsung

Tema diambil dari permasalahan yang ada di Panorama Hotel yaitu tentang kurangnya media promosi yang ada dan kemudian dijadikan latar belakang dalam perancangan media komunikasi visual, dimana dari latar belakang tersebut diperoleh permasalahan untuk mencapai tujuan dan sasaran. Yang mana sebelumnya diawali dengan pengumpulan data. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan analisis data dari data yang telah dikumpulkan yaitu berupa data aktual dan data faktual untuk kemudian ditarik sintesa data. Dari sintesa tersebut kemudian desainer melakukan suatu pemilihan media hingga menghasilkan media terpilih. Setelah itu dilanjutkan dengan membuat pra desain dengan menggunakan unsur-unsur visual sesuai dengan tema yang diangkat dan kemudian melakukan analisa terhadap masing-masing pra desain. Dari analisa tersebut diperoleh desain terpilih yang mana dapat memenuhi kriteria desain. Desain terpilih tersebut kemudian dibuatkan artwork, untuk selanjutnya dilakukan proses perwujudan sesuai dengan alat, dan bahanserta tehnik cetak yang telah direncanakan. Setelah melalui proses perwujudan diperoleh wujud media dan selanjutnya akan didistribusikan. Melalui proses distribusi tersebut, akan didapatkan hubungan timbal balik berupa solusi atau jawaban dari permasalahan.

### **3.4 Strategi Media**

Strategi sangat diperlukan agar tujuan untuk mempromosikan Panorama Hotel tepat dan optimal. Ada dua hal yang mempengaruhi yaitu khalayak sasaran dan panduan media.

#### **3.4.1 Khalayak Sasaran**

Dalam perancangan media komunikasi ini penulis memperhatikan strategi media melihat dari unsur-unsur sebagai berikut:

- a. *Demografi* : berdasarkan faktor demografi, media yang dirancang di peruntukan untuk wisatawan baik domestik maupun mancanegara dan juga kepada seluruh masyarakat terutama yang berkecimpung di dunia usaha pariwisata.
- b. *Geografi* : ditinjau dari faktor geografi, yaitu di daerah mana yang akan dijadikan sebagai tempat penyampain pesan. Karena sasaran dari

penyampaian media ini adalah wisatawan, maka Panorama Hotel membidik pasar dengan dua kelompok yaitu wisatawan mancanegara dan domestik dengan segmentasi geografis dari seluruh warga Negara dengan kebangsaan beragam.

- c. *Psikografi* : segmentasi ini mengelompokkan pasar dalam variable gaya hidup, nilai dan kepribadian. Panorama Hotel membidik segmentasi psikografis yaitu masyarakat (wisatawan) yang memiliki tingkat perekonomian menengah ke atas.
- d. *Behaviora* : segmentasi ini merupakan jangkauan pemakaian dan kesukaan masyarakat, dalam hal ini yang dimaksudkan adalah media komunikasi visual yang dirancang sebagai sarana promosi. Desain media diharapkan agar lebih menarik dan kreatif agar dapat menarik perhatian wisatawan. Dalam hal ini Panorama Hotel membidik segmentasi behaviora yaitu dengan menampilkan keindahan alam panorama yang natural untuk menarik perhatian.

### 3.4.2 Panduan Media

Dalam tugas akhir ini penulis mengambil beberapa jenis media yang akan digunakan sebagai media untuk mempromosikan Panorama Hotel diantaranya :

- 1). Poster : Poster di tinjau dari segi etimologinya, berasal dari kata to post yang berarti mengumumkan surat tempelan (Sadily Hasan, 1975 : 440)  
Jadi poster adalah sarana promosi yang penempatannya dengan di tempel pada dinding atau tempat-tempat strategis lainnya guna menarik perhatian orang agar menerima pesan yang di sampaikan.
- 2). Iklan Majalah : Iklan berarti berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang/jasa yang di tawarkan. Majalah berarti surat berkala terbit mingguan atau bulanan.  
Iklan majalah berarti berita/ pesan yang terbit mingguan untuk mendorong khalayak ramai agar tertarik pada barang/jasa yang ditawarkan (Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Tim Akar Media, Surabaya.2003 )

- 3). Stiker : Stiker ialah lembaran kecil kertas / plastik yang di tempelkan (Alwi, 2002:1091). Stiker berasal dari kata to stick yang berarti menempatkan / merekatkan (Sadily Hasan,1975:556)  
Jadi, stiker artinya benda yang di tempelkan yang terdiri atas dua lapisan / bagian.
- 4). Folder : Lembaran bahan cetakan yang dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar mudah dibawa. Atau bisa juga dilipat dengan gaya concertina sehingga membentuk beberapa halaman terpisah tanpa perlu di potong. (Kusrianto, 2007:331).
- 5). X-Banner : Media komunikasi grafis yang dibuat dari kertas dan dipasang dengan direntangkan dengan plastik yang berbentuk X sebagai penyangga. (Pujirianto,2005:22)
- 6). Postcard (kartu pos): kartu artinya kertas tebal, berbentuk persegi panjang untuk berbagai keperluan, hampir sama dengan karcis. Kartu pos adalah pos kartu yang digunakan untuk surat-menyurat melalui pos. (Alwi, 1990:510)  
Publisitas yang bermanfaat bisa didapat dengan menghadiahkan kartu pos (pos card) yang menarik kepada konsumen. Hal itu sudah umum dilakukan oleh manajemen hotel, maskapai penerbangan, dan cafe-cafe. (Kusrianto, 2007: 332)
- 7). Brosur : Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang di susun secara bersistem. Brosur juga bisa di artikan cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa di jilid. Atau juga bisa di artikan selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi. (Alwi Hasan, 2002:16)
- 8). Kalender Meja : kalender meja artinya darta hari dan bulan dalam setahun penanggalan, almanak, takwim yang diletakan di atas meja. (Alwi,1990:494)
- 9). Kop Surat dan Amplop : Kop Surat artinya bagian atas surat yang berisi keterangan tentang nama, alamat, dan nomor telepon suatu kantor, lembaga resmi pemerinyah, badan usaha dan sebagainya (Alwi, 1990:593). Amplop artinya sampul surat (setelah diketik surat dimasukan kedalamnya.). (Alwi, 1990:40).



Kop Surat dan amplop merupakan produk yang termasuk stationary set yaitu benda yang ditempatkan di kamar hotel, berfungsi bukan hanya sebagai service dari hotel tersebut, tetapi termasuk pos material karena terdapat nama produk atau jasa, lengkap dengan alamat dan nomer telepon. (Kusrianto, 2007:333)

- 10). Katalog : daftar yang berisi rincian jenis produk, layanan, usaha, dll. (Kridalaksana, 1996:29) katalog merupakan jenis brosure yang berisi rincian jenis produk/layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar (Kusrianto, 2007:331).

### 3.5 Program Tayangan Media

Program tayangan media adalah program dimana desain/media yang telah diwujudkan dan akan di sebarluaskan kepada khalayak sasaran. Aspek yang terkait diantaranya yaitu Kapan, Dimana, dan Frekuensi. Adapun program tayangan media yang dilakukan oleh Panorama Hotel disesuaikan dengan media yang dibuat yaitu :

#### a. Poster

##### 1). Kapan

Media ini akan tetap digunakan sebagai dokumentasi selama perusahaan masih aktif.

##### 2) Dimana

Untuk media poster, akan lebih baik jika dipasang di tempat-tempat yang merupakan daerah konsentrasi wisatawan. Misalnya di tempat-tempat obyek wisata yang sering dikunjungi wisatawan.

##### 3). Frekuensi

Media ini dapat digunakan terus menerus atau diganti secara berkala sebagai pembaharuan desain.

#### b. Iklan Majalah

##### 1). Kapan

Media ini akan diedarkan mengikuti terbitnya media massa yang digunakan sebagai media promosi.

2). Dimana

Media ini diedarkan di tempat-tempat yang merupakan konsentrasi wisatawan berada seperti di Bandara, Hotel, restaurant dan Travel Agent sesuai dengan media massa yang digunakan.

3). Frekuensi

Melakukan kerja sama dengan pengelola media massa yang digunakan.

c. Stiker

1). Kapan

Media stiker akan diedarkan kapan saja kepada pengunjung.

2). Dimana

Media stiker disediakan di Front Office dan di sebarakan dengan bekerja sama dengan travel. Dimana penyebarannya dapat dilakukan dengan memberikan secara cuma-cuma kepada pengunjung.

3). Frekuensi

Frekuensinya penyebarannya adalah sesuai dengan dengan kebutuhan.

d. Folder

1). Kapan

Media ini diedarkan secara berkala dan berkesinambungan.

2). Dimana

Media ini ditempatkan pada Front Office, Travel Agent dan juga pada counter folder pada kedatangan wisatawan di Bandara.

3). Frekuensi

Frekuensinya disesuaikan dengan perjanjian kerjasama pihak manajemenwnt Panorama Hotel dengan Travel Agent, counter Folder di Bandara dan Hotel-hotel.

e. X-Banner

1). Kapan

Media ini digunakan tetap selama perusahaan masih aktif.

2). Dimana

Media ini ditempatkan di Front Office dan juga di Travel Agent.

### 3). Frekuensi

Frekuensinya digunakan tetap atau secara berkala jika ada pembaharuan desain.

## f. Postcard

### 1). Kapan

Media ini akan disebarakan kapan saja kepada pengunjung sebagai hadiah. Postcard biasanya dijadikan kenang-kenangan sekaligus dapat menjadi media promosi karena terdapat keterangan alamat perusahaan.

### 2). Dimana

Media ini ditempatkan pada Front Office, Travel Agent, dan juga pada pertokoan yang menjual postcard yang biasa dikunjungi wisatawan.

### 3). Frekuensi

Frekuensinya di gunakan tetap atau secara berkala jika ada pembaharuan desain.

## g. Brosur

### 1). Kapan

Media ini diberikan kapan saja kepada pengunjung dan tetap digunakan selama perusahaan masih aktif.

### 2). Dimana

Media ini ditempatkan pada Front Office juga pada Travel Agent.

### 3). Frekuensi

Frekuensi penyebarannya adalah tetap digunakan secara terus menerus atau secara berkala apabila ada pembaharuan desain.

## h. Kalender Meja.

### 1). Kapan

Media ini tetap digunakan selama perusahaan masih aktif dan akan di ganti apabila pergantian tahun. Kalender juga dapat diberikan sebagai kenang-kenangan kepada pengunjung.

## 2). Dimana

Media ini akan ditempatkan pada Front Office, juga dapat ditempatkan pada masing-masing kamar hotel.

## 3). Frekuensi

Frekuensi digunakannya adalah tetap atau secara berkala apabila ada pembaharuan desain.

## i. Kop Surat dan Amplop

## 1). Kapan

Amplop dan Kop surat tetap digunakan selama perusahaan masih aktif.

## 2). Dimana

Media ini merupakan bagian dari stationary set yang biasa ditempatkan pada kamar hotel berfungsi sebagai service juga termasuk pos karena terdapat nama lengkap dengan alamat perusahaan.

## 3). Frekuensi

Media ini digunakan terus menerus atau secara berkala apabila ada pembaharuan desain.

## j. Katalog

## 1). Kapan

Media ini digunakan pada saat pameran TA dan pada saat ujian Akhir

## 2). Dimana

Media ini disediakan di lokasi ujian Tugas Akhir

## 3). Frekuensi

Media ini hanya diedarkan pada saat pameran TA dan Ujian TA

### 3.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan pendekatan layout suatu iklan untuk memaksimalkan daya tarik visual. Adapun strategi kreatif yang dilakukan pada media komunikasi visual Panorama Hotel antara lain:

#### 3.6.1 Isi Pesan

Isi pesan yang ingin disampaikan adalah untuk mempromosikan Panorama Hotel kepada wisatawan agar tertarik untuk berkunjung dan menginap disana. Pesan yang disampaikan berkaitan dengan fasilitas yang

disediakan termasuk keterangan tentang Panorama Hotel. Dalam hal ini pesan yang di sampaikan melalui media yang dirancang adalah berisikan keterangan alamat, fasilitas yang ditawarkan meliputi kamar, spa, restaurant, fasilitas kolam renang dan fasilitas lain yang ada di Panorama Hotel.

### **3.6.2 Bentuk Pesan**

Bentuk pesan merupakan pesan penawaran produk jasa penginapan atau hotel kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Sehingga bahasa yang digunakan adalah bahasa Inggris yang mana bahasa tersebut merupakan bahasa internasional.

### **3.6.3 Strategi Visual**

Produk yang ditawarkan adalah berupa fasilitas yang tersedia di Panorama Hotel, maka visualisasi yang akan ditampilkan adalah ilustrasi yang menggunakan tehnik fotografi yang diolah di komputer. Dalam hal ini, foto yang digunakan adalah foto-foto tentang fasilitas hotel meliputi kamar, restaurant, spa, fasilitas kolam renang, dan fasilitas lainnya. Ilustrasi foto-foto lain seperti pemandangan sawah dan bunga juga digunakan agar media menjadi menarik.

### **3.6.4 Gaya Visual**

Gaya visual yang akan digunakan adalah gaya dengan konsep nature sesuai dengan nama perusahaan yaitu Panorama Hotel yang mana hotel ini sangat berkaitan dengan pemandangan yang asri dan natural. Gaya nature divisualisasi melalui warna hijau dan putih yang dominan digunakan pada media untuk mendapatkan kesan yang sejuk dan natural.

### **3.6.5 Material**

Dari masing-masing media yang dirancang, akan diuraikan jenis material yang digunakan dalam perwujudannya :

b. Poster

Media Poster akan dibuat dengan menggunakan Art Paper 210 Gsm dengan tehnik Digital Printing.

c. Iklan Majalah

Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan Art Paper 170 Gsm dengan tehnik Digital Printing.

- d. Stiker  
Media ini diwujudkan dengan menggunakan Stiker Paper dengan teknik Digital Printing.
- e. Folder  
Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan Art Paper 210 Gsm dengan teknik Digital Printing
- f. X-Banner  
Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan Hi Rest Flexiface dengan teknik digital Printing
- g. Poscard  
Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan Art Paper 310 Gsm dengan menggunakan teknik Digital Printing
- h. Brosur  
Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan Art Paper 210 Gsm dengan menggunakan teknik Digital Printing.
- i. Kalender Meja  
Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan Art Paper 210 Gsm dengan teknik Digital Printing
- j. Amplop dan Kop Surat  
Media Amplop akan diwujudkan dengan media kertas HPS 100 Gsm dengan teknik Digital Printing, sedangkan Kop Surat akan diwujudkan menyesuaikan dengan media paper 80 Gsm .
- k. Katalog  
Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan Art Paper 210 Gsm dengan teknik Digital Printing.

## BAB IV VISUALISASI DESAIN

### 4.1 Poster

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Poster sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

#### 4.1.1 Unsur Visual Desain

##### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media poster ini adalah menampilkan foto-foto fasilitas hotel berupa kamar hotel, spa dan restoran. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di perusahaan. Ilustrasi sawah hijau dan burung bangau digunakan untuk mendapatkan kesan sejuk dan asri. Ilustrasi bunga kamboja digunakan untuk memperlihatkan nuansa Bali karena Panorama Hotel terletak di Bali. Ilustrasi bunga lotus digunakan untuk memperlihatkan pesona alam yang menjadi daya tarik di Panorama Hotel selain sawah. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel.

##### b. Teks

Dalam perancangan media Poster ini secara global berisi informasi tentang fasilitas yang ditawarkan Panorama Hotel yaitu fasilitas kamar, spa, dan restaurat, serta menginformasikan tentang alamat, nomer telepon, fax, dan alamat situs website yang dapat di akses untuk mendapatkan informasi detail tentang perusahaan. Selain informasi terdapat juga slogan “*The place with a view*” yang artinya tempat yang disertai dengan pemandangan digunakan untuk menarik perhatian wisatawan agar tertarik untuk menginap.

##### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media poster ini antara lain:

- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk slogan *the place with a view* dan teks yang berisikan informasi digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini

memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetis dan lembut serta mudah dibaca.

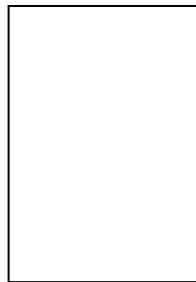
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf arial karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

#### d. Warna

Warna yang digunakan pada media poster adalah warna asli dari ilustrasi dan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan.

#### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik dari media promosi poster adalah persegi panjang dengan ukuran 58 cm x 39 cm. Poster ini di buat dengan ukuran yang cukup besar agar informasi yang disampaikan dapat terlihat lebih jelas.



(Gb. Bentuk fisik poster)

#### f. Bahan

Untuk aplikasi media poster ini menggunakan bahan *art paper* 210 Gsm.

#### g. Teknik Cetak

Teknik Cetak yang digunakan dalam mewujudkan media poster ini adalah teknik cetak offset karena lebih cepat dan efisien.

### 4.1.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain poster dibuat alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain poster ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih memenuhi syarat ergonomis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.



### 4.1.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



( Gb. Media Poster )

Skala 1 : 12

Nama Media : Poster

Ukuran : 58 cm x 39 cm

Bahan : Art Paper 210 Gsm.

Teknik Cetak : Offset

Poster ini dibuat dengan kertas yang berbentuk potrait karena lebih ergonomis dalam pemasangannya. Konsep natural yang ditampilkan pada media ini terlihat dari warna hijau sawah yang digunakan sebagai background. Warna hijau dimunculkan dengan menggunakan warna asli dari ilustrasi yang dipakai. Tampilan ilustrasi yang dibuat dengan teknik fotografi sehingga dapat menampilkan suasana alami dari hotel tersebut. Yang menjadi fokus pada media poster ini adalah ilustrasi berupa foto seorang wanita yang sedang menikmati spa. Terlihat wajah yang puas dan nyaman sehingga dapat menimbulkan kesan membujuk atau mempengaruhi konsumen (wisatawan) agar tertarik. Ilustrasi fasilitas lain yaitu restaurant dan kamar hotel (room) di tampilkan seperti foto-foto yang ditempelkan di dinding. Hal tersebut dibuat untuk memberikan informasi tentang fasilitas

yang ada di Panorama Hotel sangat memuaskan wisatawan dan akan selalu dikenang seperti sebuah dokumentasi foto. Selain itu teks berupa slogan “*the place with a view*” digunakan untuk menarik wisatawan agar mau menginap di Panorama Hotel. Slogan tersebut menggunakan warna hitam agar lebih mencolok dari warna background sehingga dapat terbaca dengan jelas.

#### 4.1.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak poster ini adalah :

- Biaya desain :Rp 800.000,-
- Biaya cetak : @ Rp 2000,-
- Poster yang akan dicetak sebanyak 1000 pcs,

Maka  $Rp\ 2000,- \times 1000\ pcs = Rp\ 2.000.000,-$

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk mencetak poster setelah ditambah biaya desain adalah  $=Rp\ 2.800.000,-$

## 4.2 Iklan Majalah

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Iklan Majalah sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

### 4.2.1 Unsur Visual Desain

#### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media iklan majalah ini adalah menampilkan foto-foto berupa kamar hotel, spa, kolam renang, dan restaurat. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Ilustrasi kamar sengaja ditampilkan lebih besar karena merupakan fasilitas utama dari Panorama Hotel yang mana merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penginapan. Ilustrasi sawah hijau dan burung bangau digunakan untuk mendapatkan kesan sejuk dan asri. Ilustrasi bunga kamboja digunakan untuk memperlihatkan nuansa Bali karena Panorama Hotel terletak di Bali. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel.

#### b. Teks

Dalam perancangan media iklan majalah ini secara global berisi informasi tentang fasilitas yang ditawarkan Panorama Hotel yaitu fasilitas kamar, spa, dan restaurat, serta menginformasikan tentang alamat, nomer telepon, fax, dan alamat situs website yang dapat di akses untuk mendapatkan

informasi detail tentang perusahaan. Selain informasi terdapat juga slogan “*The place with a view*” yang artinya tempat yang disertai dengan pemandangan digunakan untuk menarik perhatian wisatawan agar tertarik untuk menginap.

#### c. Tipografi

Jenis huruf/tipografi yang digunakan dalam media iklan majalah ini antara lain:

- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk slogan *the place with a view* dan teks yang berisikan informasi digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetik dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf *arial* karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

#### d. Warna

Warna yang digunakan pada media iklan majalah ini adalah warna asli dari ilustrasi dan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan selain itu agar warnanya lebih mencolok dari warna backgroundnya sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca.

#### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik dari media promosi iklan majalah ini adalah persegi panjang dengan ukuran 29,7 cm x 21 cm. Poster ini di buat dengan ukuran yang menyesuaikan dengan media massa yang digunakan sebagai sarana promosi.

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan mengikuti media massa yang digunakan yaitu menggunakan bahan art paper ukuran 210 Gsm.

#### g. Tehnik Cetak

Tehnik cetak yang digunakan adalah tehnik cetak offset karena tehnik cetak ini lebih cepat dan efisien.

#### 4.2.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain iklan majalah dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain iklan majalah ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih memenuhi syarat ergonomis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrasi yang digunakan lebih informatif dibandingkan alternatif yang lain. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

#### 4.2.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



( Gb. Media Iklan Majalah )

Skala 1 : 3

Nama Media : Iklan Majalah  
 Ukuran : 29,7 cm x 21 cm  
 Bahan : Art Paper 210 Gsm.  
 Tehnik Cetak : Offset

Iklan majalah ini dibuat dengan kertas yang berbentuk potrait karena lebih ergonomis dalam pemasangannya. Konsep natural ditampilkan terlihat jelas dari warna yang digunakan yaitu menampilkan warna asli dari ilustrasi. Warna hijau ditampilkan dari warna asli sawah yang mana dapat menimbulkan kesan asri dan sejuk. Yang menjadi fokus dalam media ini adalah ilustrasi kamar hotel yang mana merupakan fasilitas utama yang ditawarkan dari Panorama Hotel sebagai perusahaan di bidang jasa penginapan. Ilustrasi yang dibuat seperti foto juga ditampilkan yaitu menggunakan ilustrasi seseorang yang sangat nyaman pada saat menikmati fasilitas spa. Ilustrasi tersebut digunakan untuk menarik dan mempengaruhi wisatawan agar mau menginap dan menikmati segala fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Warna merah digunakan pada teks *Panorama Hotel* dan kuning pada logo, karena merupakan warna dari logo perusahaan tersebut.

#### 4.2.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak iklan majalah ini adalah :

- Biaya desain : Rp 500.000,-
- Biaya pemasangan iklan : Rp 26.000.000,-

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk pemasangan iklan majalah setelah ditambah biaya desain adalah=Rp 3.100.000,-

### 4.3 Stiker

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Stiker sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

#### 4.3.1 Unsur Visual Desain

##### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada stiker ini adalah menampilkan foto-foto berupa kamar hotel, spa, kolam renang, dan restorat. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Ilustrasi. Ilustrasi bunga kamboja digunakan agar memunculkan pesona Bali karena Panorama Hotel bertempat di Bali. Ilustrasi sawah hijau dan daun bunga lotus digunakan sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk dan asri. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel.

#### b. Teks

Teks yang digunakan pada media stiker yaitu berupa identitas serta alamat perusahaan seperti nomer telepon, fax, serta website yang dapat di akses untuk mendapatkan informasi. Terdapat pula slogan “*the place with a view*” yang digunakan untuk menarik minat wisatawan agar mau menginap dan menikmati fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Teks yang digunakan pada media stiker tidak begitu banyak karena media ini hanya bersifat sebagai media pengingat dan biasanya dipakai sebagai merchandise dari sebuah perusahaan.

#### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media stiker ini antara lain:

- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk slogan *the place with a view* digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetis dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf arial karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

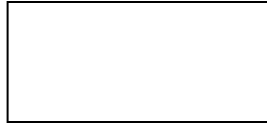
#### d. Warna

Warna yang digunakan pada media stiker ini adalah warna asli dari ilustrasi dan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan selain itu agar warnanya lebih mencolok dari warna backgroundnya sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca.

#### e. Bentuk Fisik

bentuk fisik media stiker ini adalah berbentuk persegi panjang dengan ukuran 12 cm x 6 cm. Media ini dibuat dengan ukuran yang kecil agar lebih ergonomis pada saat penyebarannya. Selain itu ilustrasi dan teks

yang digunakan tidak begitu banyak sehingga bahan yang digunakan sesuai dengan fungsinya.



(Gb. Bentuk fisik stiker)

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan pada media stiker ini adalah kertas stiker (stiker paper) 210 Gsm.

#### g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan adalah teknik cetak offset karena lebih cepat dan efisien.

#### 4.3.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain stiker dibuat alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain stiker ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih memenuhi syarat ergonomis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrasi yang digunakan lebih informatif dibandingkan alternatif yang lain. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

#### 4.3.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



( Gb. Media Stiker )

Skala 1 : 2

Nama Media : Stiker  
 Ukuran : 12 cm x 6 cm  
 Bahan : Paper stiker 210 Gsm.  
 Teknik Cetak : Offset

Stiker ini dibuat dengan kertas lanscipe karena lebih ergonomis dalam penyebarannya. Konsep natural terlihat jelas dari warna asli dari ilustrasi yang digunakan pada media ini. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang dibuat dengan tehnik fotografi sehingga warna asli dari obyek tersebut terlihat jelas. Penampilan ilustrasi yang seperti foto digunakan agar media tersebut menarik. Selain itu, juga bersifat sebagai daya tarik yang informatif yaitu menginformasikan berbagai fasilitas yang ada tanpa menggunakan teks agar wisatawan mau menginap dan menikmati segala fasilitas yang ada di Panorama Hotel yang nyaman dan sejuk seperti foto yang ditampilkan.

#### 4.3.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan unuk mencetak stiker ini adalah :

- Biaya desain :Rp 300.000,-
- Biaya cetak : @ Rp 400,-
- Stiker yang akan dicetak sebanyak 1000 pcs,  
Maka Rp 500,- x 1000 pcs=Rp 5.00.000,-

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk mencetak stiker setelah ditambah biaya desain adalah=Rp 3.500.000,-

## 4.4 Folder

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Folder sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

### 4.4.1 Unsur Visual Desain

#### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media folder ini adalah menampilkan foto-foto berupa kamar hotel, spa, kolam renang, dan restaurat. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Pada cover depan digunakan ilustrasi suasana ruang makan pada saat sore hari sehingga wisatawan dapat menikmati pemandangan sunset di sawah. Ilustrasi tersebut bersifat informatif dan komunikatif untuk membujuk wisatawan agar tertarik. Ilustrasi bunga kamboja digunakan agar memunculkan pesona Bali karena Panorama Hotel bertempat di Bali. Ilustrasi sawah hijau dan daun bunga lotus digunakan sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk dan asri. Selain sawah, pemandangan pohon kelapa dan genangan air juga dipakai sebagai background untuk



memunculkan kesan sejuk dan natural. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel.

b. Teks

Teks yang digunakan pada media folder yaitu berupa identitas serta alamat perusahaan seperti nomer telepon, fax, serta website yang dapat di akses untuk mendapatkan informasi. Terdapat pula slogan “*the place with a view*” yang digunakan untuk menarik minat wisatawan agar mau menginap dan menikmati fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Teks tentang informasi fasilitas yang ada di Panorama Hotel juga di gunakan pada media folder ini.

c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media folder ini antara lain:

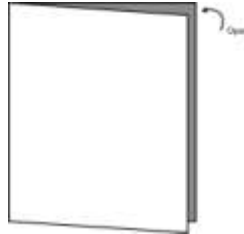
- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk keterangan informasi tentang fasilitas hotel dan slogan *the place with a view* digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetik dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf *arial* karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

d. Warna

Warna yang digunakan pada media folder ini adalah warna asli dari ilustrasi dan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Selain sawah, warna hijau dari ilustrasi bunga lotus dan pohon kelapa juga dipakai sebagai background. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan selain itu agar warnanya lebih mencolok dari warna backgroundnya sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca.

#### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media folder ini adalah berbentuk persegi panjang dengan ukuran 21 cm x 14,8 cm. Media ini dibuat dengan ukuran yang kecil agar lebih ergonomis pada saat penyebarannya. Dengan bentuk persegi panjang yang terlipat seperti map kecil agar mudah dibawa oleh konsumen.



(Gb. Bentuk fisik folder)

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media folder ini adalah bahan kertas art paper 210 Gsm.

#### g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan untuk mewujudkan media folder ini adalah teknik cetak offset karena teknik cetak ini lebih cepat dan efisien dimana dalam pembuatannya dibutuhkan dalam jumlah yang banyak.

#### 4.4.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain folder dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain folder ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih memenuhi syarat ergonomis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrasi yang digunakan lebih informatif dibandingkan alternatif yang lain. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

#### 4.4.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



Bagian Depan



Bagian Dalam

( Gb. Media Folder )

Skala 1 : 3

Nama Media : Folder  
 Ukuran : 21 cm x 14,8 cm  
 Bahan : Art Paper 210 Gsm.  
 Tehnik Cetak : Offset

Folder ini dibuat dengan kertas lanscipe karena lebih ergonomis dalam penyebarannya. Konsep natural terlihat jelas dari warna asli dari ilustrasi yang digunakan pada media ini. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang dibuat dengan tehnik fotografi sehingga warna asli dari obyek tersebut terlihat jelas. Penampilan ilustrasi yang seperti foto digunakan agar media tersebut menarik. Selain itu, juga bersifat sebagai daya tarik yang informatif yaitu menginformasikan berbagai fasilitas yang ada agar wisatawan mau menginap dan menikmati segala fasilitas yang ada di Panorama Hotel yang nyaman dan sejuk seperti foto yang ditampilkan. Keunggulan lain seperti sunset juga ditampilkan pada cover depan untuk menarik minat wisatawan.

#### 4.4.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak folder ini adalah :

- Biaya desain :Rp 400.000,-
- Biaya cetak : @ Rp 2000,-
- Folder yang akan dicetak sebanyak 1000 pcs,

Maka Rp 2000,- x 1000 pcs=Rp 2.000.000,-

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk mencetak folder setelah ditambah biaya desain adalah=Rp 2.400.000,-

### 4.5 X-Banner

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk X-Banner sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

#### 4.5.1 Unsur Visual Desain

##### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media X-Banner ini adalah menampilkan foto-foto berupa kamar hotel, spa, kolam renang, dan restoran. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Ilustrasi. ilustrasi yang menjadi fokus adalah seorang wanita yang terlihat sangat nyaman pada saat menikmati spa. Ilustrasi ini digunakan untuk menggambarkan suasana nyaman yang ditawarkan di Panorama Hotel. Ilustrasi bunga kamboja digunakan agar memunculkan pesona Bali karena Panorama Hotel bertempat di Bali. Ilustrasi sawah hijau digunakan sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk dan asri. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel.

##### b. Teks

Teks yang digunakan pada media X-Banner yaitu secara keseluruhan berisikan tentang fasilitas yang ada di Panorama Hotel baik itu fasilitas kamar, kolam renang, spa dan restaurant. Terdapat pula slogan "*the place with a view*" yang digunakan untuk menarik minat wisatawan agar mau menginap dan menikmati fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Teks tentang identitas serta alamat perusahaan seperti nomer telepon, fax, serta website yang dapat di akses untuk mendapatkan informasi.

### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media X-Banner ini antara lain:

- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk keterangan informasi tentang fasilitas hotel dan slogan *the place with a view* digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetik dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf *arial* karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

### d. Warna

Warna yang digunakan pada media X-Banner ini adalah warna asli dari ilustrasi sedangkan untuk warna hijau digunakan warna yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan selain itu agar warnanya lebih mencolok dari warna backgroundnya sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca.

### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik dari media X-Banner adalah berbentuk persegi panjang dengan ukuran 160 cm x 60 cm. Posisinya potrait yang mana direntangkan dengan tiang penyangga yang berbentuk X.



(Gb. Bentuk fisik X-Banner)

f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media ini adalah bahan Hi Rest Flexiface

g. Teknik Cetak

karena media X-Banner dibutuhkan dalam jumlah yang sedikit, teknik cetak yang digunakan adalah teknik cetak digital printing.

#### 4.5.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain X-Banner dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain X-Banner ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih memenuhi syarat ergonomis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrasi yang digunakan dikomposisikan lebih dinamis dibandingkan alternatif yang lain sehingga menjadi lebih menarik. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

#### 4.5.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



( Gb. Media X-Banner)

Skala 1 : 15

Nama Media : X-Banner  
 Ukuran : 160 cm x 60 cm  
 Bahan : Highrest Flexiface  
 Teknik Cetak : Digital Printing

X-Banner ini dibuat dengan kertas potrait karena lebih ergonomis dalam pemasangannya yang mana akan direntangkankan kemudian di belakangnya terdapat tiang penyangga yang berbentuk huruf X. Konsep natural terlihat jelas dari warna asli dari ilustrasi yang digunakan pada media ini. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang dibuat dengan tehnik fotografi sehingga warna asli dari obyek tersebut terlihat jelas. Penampilan ilustrasi yang seperti foto digunakan agar media tersebut menarik. Selain itu, juga bersifat sebagai daya tarik yang informatif yaitu menginformasikan berbagai

fasilitas yang ada agar wisatawan mau menginap dan menikmati segala fasilitas yang ada di Panorama Hotel yang nyaman dan sejuk seperti foto yang ditampilkan. Garis-garis hijau digunakan hanya untuk mendukung ilustrasi agar terhubung dengan keterangan teks yang ada disebelahnya.

#### 4.5.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak X-Banner ini adalah :

- Biaya desain :Rp 500.000,-
- Biaya print : Rp 225.000,-
- X-Banner yang akan di print : 10 buah.

Maka Rp 10 x Rp 225.000,- pcs =Rp 2.250.000,-

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk mewujudkan X-Banner setelah ditambah biaya desain adalah=Rp 2.750.000,-

## 4.6 Post Card

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Post Card sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

### 4.6.1 Unsur Visual Desain

#### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media Post Card ini adalah menampilkan foto-foto fasilitas hotel. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. ilustrasi yang menjadi fokus adalah ilustrasi salah satu fasilitas yang ada di Panorama Hotel yaitu kamar spa dan terdapat kolam renang. Ilustrasi tersebut digunakan untuk memperkenalkan kepada wisatawan tentang fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Media Post Card tidak banyak menggunakan teks sehingga ilustrasi tersebut juga dapat bersifat informatif sebagai sarana promosi. sebuah Ilustrasi bunga kamboja digunakan agar memunculkan pesona Bali karena Panorama Hotel bertempat di Bali. Ilustrasi sawah hijau dan daun lotus digunakan sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk dan asri. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel.



#### b. Teks

Teks yang digunakan pada media Post Card yaitu berupa identitas serta alamat perusahaan seperti nomer telepon, fax, serta website yang dapat diakses untuk mendapatkan informasi. Terdapat pula slogan “*the place with a view*” yang digunakan untuk menarik minat wisatawan agar mau menginap dan menikmati fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Teks yang digunakan pada media ini tidak begitu banyak karena media ini hanya bersifat sebagai media pengingat dan biasanya dipakai sebagai merchandise dari sebuah perusahaan.

#### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media Post Card ini antara lain:

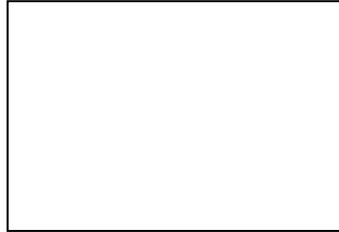
- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk slogan *the place with a view* digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetik dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf arial karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

#### d. Warna

Warna yang digunakan pada media Post Card ini adalah warna asli dari ilustrasi. Untuk warna hijau, digunakan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan selain itu agar warnanya lebih mencolok dari warna backgroundnya sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca. Pada bagian belakang background sengaja dibiarkan putih dan hanya sedikit menggunakan warna hijau agar pesan yang hendak ditulis dapat terlihat dengan jelas.

#### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik dari media Post Card adalah berbentuk persegi panjang dengan ukuran 15 cm x 9 cm. Posisinya lanscape yang mana terdapat ilustrasi bolak balik dikedua sisinya.



(Gb. Bentuk fisik Post Card)

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media Post Card adalah Art Paper 310 Gsm.

#### g. Tehnik Cetak

Tehnik cetak yang digunakan dalam mewujudkan media Post Card adalah dengan tehnik cetak offset karena selain media ini dibutuhkan dalam jumlah yang banyak, tehnik cetak ini lebih cepat dan efisien.

#### 4.6.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain Post Card dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain Post Card ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih dinamis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrsi yang digunakan lebih komunikatif dan penyajiannya lebih suprise dibandingkan 2 alternatif lainnya. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

#### 4.6.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



( Gb. Media Kartu Pos )

Skala 1 : 3

Nama Media : Kartu Pos (Post Card)  
 Ukuran : 15 cm x 9 cm  
 Bahan : Art Paper 310 Gsm.  
 Teknik Cetak : Offset

Post Card ini dibuat dengan kertas lanscipe karena lebih ergonomis dalam penyebarannya. Konsep natural terlihat jelas dari warna asli dari ilustrasi yang digunakan pada media ini. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang dibuat dengan teknik fotografi. Penampilan ilustrasi yang seperti foto digunakan agar media tersebut menarik. Selain itu, juga bersifat sebagai daya tarik yang informatif yaitu menginformasikan berbagai fasilitas yang ada agar wisatawan mau menginap dan menikmati segala fasilitas di Panorama Hotel yang nyaman dan sejuk seperti foto yang ditampilkan.

#### 4.6.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak Post Card ini adalah :

- Biaya desain :Rp 600.000,-
- Biaya cetak : @ Rp 2000,-
- Post Card yang akan dicetak sebanyak 1000 pcs,

Maka  $Rp\ 2000,- \times 1000\ pcs = Rp\ 2.000.000,-$

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk mencetak Post Card setelah ditambah biaya desain adalah  $= Rp\ 2.600.000,-$

## 4.7 Brosur

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Brosur sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

### 4.7.1 Unsur Visual Desain

#### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media brosur ini adalah menampilkan foto-foto fasilitas hotel yaitu berupa kamar hotel, spa, kolam renang, dan restoran. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Pada cover depan digunakan ilustrasi sawah dan burung bangau untuk menggambarkan suasana yang nyaman dan sejuk. Ilustrasi foto seorang wanita yang sedang menikmati fasilitas yang ditawarkan dari Panorama Hotel juga ditampilkan di cover depan. Ilustrasi tersebut bersifat informatif dan komunikatif untuk membujuk wisatawan agar tertarik. Ilustrasi bunga kamboja digunakan agar memunculkan pesona Bali karena Panorama Hotel bertempat di Bali. Dibagian dalam brosur ditampilkan oto-foto fasilitas hotel yaitu restoran dengan segala fasilitas makanan, kamar hotel dengan berbagai fasilitas didalam kamar, dan tempat spa dengan bahan-bahan yang digunakan untuk spa. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel. Sebagai background digunakan warna hijau yang merupakan warna asli dari sawah dan daun bunga lotus.

#### b. Teks

Dalam perancangan media brosur ini secara global berisi informasi tentang fasilitas yang ditawarkan Panorama Hotel yaitu fasilitas kamar, spa, dan restoran, serta menginformasikan tentang alamat, nomer telepon, fax, dan alamat situs website yang dapat di akses untuk mendapatkan informasi detail tentang perusahaan. Selain informasi terdapat juga slogan "*The place with a view*" yang artinya tempat yang disertai dengan pemandangan digunakan untuk menarik perhatian wisatawan agar tertarik untuk menginap.

### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media Brosur ini antara lain:

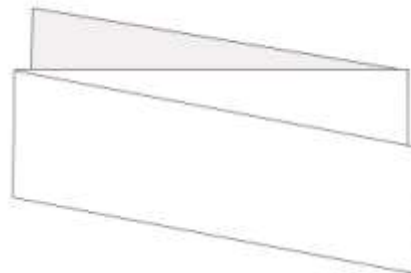
- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk keterangan informasi tentang fasilitas hotel dan slogan *the place with a view* digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetik dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf *arial* karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

### d. Warna

Warna yang digunakan pada media Brosur ini adalah warna asli dari ilustrasi. Untuk warna hijau, digunakan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Terdapat pula nuansa warna biru pada background yaitu digunakan dari warna asli ilustrasi air. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan.

### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik dari media Brosur adalah berbentuk persegi panjang dengan ukuran 60 cm x 8 cm. Posisinya lanscape yang mana terdapat ilustrasi bolak balik dikedua sisinya kemudian dilipat menjadi 3 lipatan sehingga menghasilkan 6 halaman tanpa dijilid.



(Gb. Bentuk fisik brosur)

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media brosur adalah bahan Art Paper 210 gram.

#### g. Tehnik Cetak

Tehnik cetak yang dipakai untuk mewujudkan media brosur adalah tehnik cetak offset dimana karena dibutuhkan media dalam jumlah yang banyak, tehnik cetak ini lebih cepat dan efisien.

#### 4.7.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain brosur dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain Post Card ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih dinamis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrasi yang digunakan lebih komunikatif dan penyajiannya lebih surprise dibandingkan 2 alternatif lainnya. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

#### 4.7.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



( Gb. Media Brosur )

Skala 1 : 6

Nama Media : Brosur  
 Ukuran : 60 cm x 8 cm  
 Bahan : Art Paper 210 Gsm.  
 Tehnik Cetak : Offset

Brosur ini dibuat dengan kertas lanscipe karena lebih ergonomis dalam penyebarannya dimana akan dilipat menjadi 3 lipatan sehingga menghasilkan 6 halaman tanpa dijilid. Konsep natural terlihat jelas dari warna asli dari ilustrasi yang digunakan pada media ini. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang dibuat dengan tehnik fotografi. Penampilan

ilustrasi yang seperti foto digunakan agar media tersebut menarik dan komunikatif. Selain itu, juga bersifat sebagai daya tarik yang informatif yaitu menginformasikan berbagai fasilitas yang ada agar wisatawan mau menginap dan menikmati segala fasilitas di Panorama Hotel yang nyaman dan sejuk seperti foto yang ditampilkan.

#### 4.7.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak brosur ini adalah :

- Biaya desain :Rp 900.000,-
- Biaya cetak : @ Rp 2000,-
- Brosur yang akan dicetak sebanyak 1000 pcs,

Maka  $Rp\ 2000,- \times 1000\ pcs = Rp\ 2.000.000,-$

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk mencetak brosur setelah ditambah biaya desain adalah =Rp 2.900.000,-

## 4.8 Amplop dan kop Surat

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Amplop dan Kop Surat sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

### 4.8.1 Unsur Visual Desain

#### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media Amplop dan Kop Surat ini adalah menampilkan foto-foto fasilitas hotel. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. ilustrasi yang menjadi fokus adalah ilustrasi salah satu fasilitas yang ada di Panorama Hotel yaitu kolam renang. Ilustrasi tersebut digunakan untuk memperkenalkan kepada wisatawan tentang fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Media amplop dan kop surat tidak banyak menggunakan teks sehingga ilustrasi tersebut juga dapat bersifat informatif sebagai sarana promosi. sebuah Ilustrasi bunga kamboja digunakan agar memunculkan persona Bali karena Panorama Hotel bertempat di Bali. Ilustrasi sawah hijau digunakan sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk dan asri. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel.

#### b. Teks

Teks yang digunakan pada media amplop dan kop surat yaitu berupa identitas serta alamat perusahaan seperti nomer telepon, fax, serta website yang dapat di akses untuk mendapatkan informasi. Terdapat pula slogan "*the place with a view*" yang digunakan untuk menarik minat wisatawan agar mau menginap dan menikmati fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Teks yang digunakan pada media ini tidak begitu banyak karena media ini hanya bersifat sebagai media stationary set yang ada didalam kamar hotel akan tetapi juga bisa berfungsi sebagai media promosi karena ada keterangan alamat didalamnya akan tetapi tidak disebarakan seperti brosur.

#### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media amplop dan kop surat ini antara lain:

- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk slogan *the place with a view* digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetis dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk alamat perusahaan digunakan jenis huruf *arial* karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

#### d. Warna

Warna yang digunakan pada media amplop dan kop surat ini adalah warna asli dari ilustrasi. Untuk warna hijau, digunakan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan selain itu agar warnanya lebih mencolok dari warna backgroundnya sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca. Pada bagian belakang background sengaja dibiarkan putih dan warna ilustrasinya sedikit dipudarkan agar pesan yang hendak ditulis dapat terlihat dengan jelas.

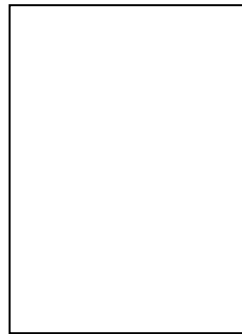


#### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik dari media amplop adalah berbentuk persegi panjang dengan ukuran  $\text{cm} \times \text{cm}$ . Posisinya lanscape yang mana terdapat ilustrasi bolak balik dikedua sisinya. Sedangkan kop surat dibuat dengan mengikuti bentuk fisik dari kertas A4 dengan ukuran  $29,7 \text{ cm} \times 21 \text{ cm}$ .



(Gb: Bentuk fisik amplop)



(Gb. Bentuk fisik Kop surat)

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media amplop adalah bahan kertas HVS 100 Gsm sedangkan kop surat menggunakan kertas HVS 80 Gsm.

#### g. Tehnik Cetak

Tehnik cetak yang digunakan untuk mewujudkan media amplop dan kop surat adalah dengan tehnik cetak offset.

#### 4.8.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain amplop dan kop surat dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain amplop dan kop surat ini dipilih karena komposisinya dianggap lebih menarik dan lebih sederhana jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrasi yang digunakan lebih komunikatif dan penyajiannya lebih surprise

dibandingkan 2 alternatif lainnya. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

#### 4.8.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



( Gb. Media Kop Surat & Amplop )

Skala 1 : 5

Nama Media : Kop Surat Dan Amplop  
 Ukuran : Amplop  
                   Kop Surat 29,7cm x 21 cm  
 Bahan : Amplop dengan kertas HVS 100 Gsm, dan kop surat  
                   dengan kertas HVS 80 Gsm.  
 Tehnik Cetak : Offset.

Media amplop ini dibuat dengan kertas lanscipe karena lebih ergonomis dalam penggunaannya. Konsep natural terlihat jelas dari warna asli dari ilustrasi yang digunakan pada media ini. Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi yang dibuat dengan tehnik fotografi. Penampilan ilustrasi yang seperti foto digunakan agar media tersebut menarik dan komunikatif. Selain itu, juga bersifat sebagai daya tarik yang informatif yaitu menginformasikan berbagai fasilitas yang ada agar wisatawan mau menginap dan menikmati segala fasilitas di Panorama Hotel yang nyaman dan sejuk seperti foto yang ditampilkan. Sedangkan media kop surat dibuat pada kertas ukuran A4 potrait. Karena lebih ergonomis dalam penggunaannya yaitu membuat

sebuah surat. Namun media ini juga bisa digunakan sebagai media promosi karena didalamnya berisikan keterangan alamat perusahaan.

#### 4.8.4 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak Amplop dan Kop Surat ini adalah :

- Biaya desain masing-masing :Rp 700.000,-
- Biaya cetak : amplop @Rp 2000,-, dan kop surat @Rp 300,-
- Amplop yang akan dicetak sebanyak 1000 pcs, sedangkan kop surat akan dicetak sebanyak 1000 lembar.

Maka  $Rp\ 2000,- \times 1000\ pcs = Rp\ 2.000.000,-$

$Rp\ 300,- \times 1000\ lmb = Rp\ Rp\ 300.000,-$

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Panorama Hotel untuk mencetak kedua media ini setelah ditambah biaya desain adalah = Rp 3. 700.000,-

### 4.9 Kalender Meja

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Kalender Meja sebagai salah satu media promosi Panorama Hotel.

#### 4.9.1 Unsur Visual Desain

##### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media kalender meja ini adalah menampilkan foto-foto fasilitas hotel yaitu berupa kamar hotel, spa, kolam renang, dan restoran yang ditampilkan satu persatu setiap bulan. ilustrasi tersebut digunakan untuk menginformasikan fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Pada cover depan digunakan ilustrasi seorang wanita yang sedang menikmati fasilitas spa dengan dipadukan pemandangan sawah dan burung bangau untuk menggambarkan suasana yang nyaman dan sejuk. Ilustrasi tersebut bersifat informatif dan komunikatif untuk membujuk wisatawan agar tertarik. Ilustrasi bunga kamboja digunakan pada setiap lembar bulan agar memunculkan pesona Bali karena Panorama Hotel bertempat di Bali. Ilustrasi logo perusahaan digunakan untuk menampilkan identitas Panorama Hotel. Sebagai background digunakan warna hijau yang merupakan warna asli dari sawah

##### b. Teks

Teks yang digunakan pada media kalender meja yaitu berupa penanggalan dari setiap bulannya. Disertai juga keterangan tanggal dan identitas serta

alamat perusahaan seperti nomer telepon, fax, serta website yang dapat diakses untuk mendapatkan informasi yang mana ditempatkan pada cover. Terdapat pula slogan “*the place with a view*” yang digunakan untuk menarik minat wisatawan agar mau menginap dan menikmati fasilitas yang ada di Panorama Hotel. Teks berupa informasi tentang fasilitas hotel yang digunakan pada media ini tidak begitu banyak karena media ini hanya bersifat sebagai media pelengkap dan sering digunakan sebagai merchandise oleh perusahaan, tetapi juga bisa berfungsi sebagai media promosi karena ada keterangan alamat didalamnya.

#### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media kalender meja ini antara lain:

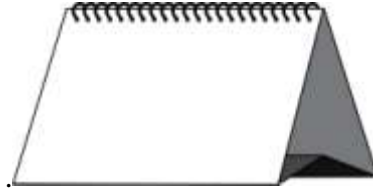
- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk slogan, nama bulan dan tahun digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetik dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk penanggalan dan alamat perusahaan digunakan jenis huruf *arial* karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

#### d. Warna

Warna yang digunakan pada media kalender meja ini adalah warna asli dari ilustrasi. Untuk warna hijau, digunakan warna hijau segar yang merupakan warna asli dari ilustrasi sawah yang mana dipakai sebagai background untuk mendapatkan kesan sejuk sesuai dengan konsep yaitu *nature*. Sedangkan warna lain seperti merah digunakan pada teks karena memang merupakan warna logo perusahaan selain itu agar warnanya lebih mencolok dari warna backgroundnya sehingga terlihat jelas dan mudah dibaca. Pada bagian belakang background sengaja dibiarkan putih agar pesan atau penanggalan bulan dapat terlihat dengan jelas.

#### e. Bentuk Fisik

Bentuk fisik media kalender meja ini adalah berbentuk persegi panjang dengan ukuran 20 cm x 14 cm. Keduabelas bulan dijilid spiral dan posisinya berdiri dengan sandaran kertas tebal yang berbentuk segitiga



(Gambar bentuk fisik kalender meja)

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media kalender meja ini adalah kertas Art paper 310 Gsm.

#### g. Teknik Cetak

Tenik cetak yang digunakan untuk mewujudkan media kalender meja adalah tehnik cetak offset, karena tehnik cetak ini lebih cepat dan efisien yang mana media ini dibutuhkan dalam jumlah yang banyak.

#### 4.9.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain kalender meja dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain kalender meja ini dipilih karena komposisi dari ilustrasi yang digunakan dianggap lebih menarik dan lebih sederhana jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Ilustrasi yang digunakan lebih informatif karena menampilkan ilustrasi foto dengan jelas. Demikian pula dengan warna yang digunakan dianggap lebih sederhana sehingga pesan yang disampaikan terlihat jelas.

## 4.10 Katalog

Pada sub ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Katalog sebagai salah satu media komunikasi yang digunakan pada saat ujian Tugas Akhir studio berlangsung.

### 4.10.1 Unsur Visual Desain

#### a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada media katalog ini adalah menampilkan foto-foto media komunikasi visual yang terpilih sebagai media promosi Panorama Hotel. Sebagai background digunakan warna hijau yang merupakan warna asli dari sawah dan nuansa biru yang merupakan warna asli dari ilustrasi air.

#### b. Teks

teks yang digunakan pada media katalog berisi tentang keterangan tentang karya tugas akhir yaitu judul karya tulis, nama penulis, nim, jurusan, program studi, serta nama Institut tempat kuliah. Terdapat pula moto, prakata, dan kemudian dilanjutkan dengan keterangan dari masing-masing media yang dibuat

#### c. Tipografi

Jenis huruf /tipografi yang digunakan dalam media kataog ini antara lain:

- Pada Headline *Panorama Hotel* digunakan jenis huruf *lucida handwriting*. Jenis huruf ini digunakan karena memang merupakan logo perusahaan.
- Untuk slogan, digunakan jenis huruf *lucida calligraphy*. Jenis huruf ini memiliki bentuk yang cukup unik namun menimbulkan kesan yang estetik dan lembut serta mudah dibaca.
- Untuk keterangan karya tugas akhir seperti judul, jurusan, nim, dan lain-lain digunakan jenis huruf *Times News Roman* karena jenis huruf ini mudah dibaca.
- Untuk keterangan masing-masing media digunakan jenis huruf *arial black* karena memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dibaca.

#### d. Warna

Warna yang digunakan pada media katalog adalah menggunakan warna asli dari ilustrasi yang digunakan. Peranan background dipergunakan warna-warna asli dari ilustrasi yang digunakan sebagai background. Konsep natural dapat terlihat dengan pemakaian warna hijau segar yang mana merupakan warna asli dari ilustrasi sawah.

#### e. Bentuk Fisik

bentuk fisik media katalog ini adalah berupa persegi panjang dengan ukuran 14 cm x 11 cm.



(Gb. Bentuk Fisik Katalog)

#### f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media katalog ini adalah Art Paper 210 Gsm.

#### g. Tehnik Cetak

Tehnik cetak yang digunakan untuk mewujudkan media katalog adalah tehnik cetak digital.

### 4.10.2 Kreatif Desain

Pada proses kreatif desain katalog dibuat 3 alternatif desain yang kemudian dipilih salah satu desain sebagai desain terpilih. Desain katalog ini dipilih karena komposisi dari ilustrasi yang digunakan dianggap lebih menarik dan lebih dinamis jika dibandingkan dengan 2 alternatif lainnya. Bentuk fisik yang dipakai dianggap lebih ergonomis jika dibandingkan 2 alternatif yang lain. Demikian pula dengan warna yang digunakan lebih sederhana dan lebih sesuai dengan konsep yaitu *nature*.

## BAB V

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada studi kasus perancangan media komunikasi visual pada Panorama Hotel, maka berdasarkan uraian-uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 5.1.1 Media Komunikasi Visual yang efektif dalam upaya mempromosikan Panorama Hotel antara lain adalah Poster, Iklan Majalah, Stiker, Folder, X-Banner, Post Card, Brosur, Amplop dan Kop Surat, dan Kalender Meja.
- 5.1.2 Melalui konsep Nature diharapkan Media Komunikasi Visual yang efektif dan tepat sasaran dapat terealisasi sehingga tujuan meraih omset yang maksimal akan tercapai.

### 5.2 Saran

Perencanaan dan konsep yang terstruktur dalam proses perancangan suatu media komunikasi visual dapat menunjang usaha promosi pada suatu perusahaan. Maka pihak manajemen pada suatu perusahaan hendaknya memberikan perhatian serius terhadap perancangan media promosi pada perusahaannya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan tanggung jawab pada seorang yang benar-benar berkompeten mengenai hal tersebut seperti desainer komunikasi visual, karena proses perancangan media sangatlah penting selain sebagai media komunikasi juga dapat memberi citra (image) terhadap suatu produk pada perusahaan itu sendiri. Tentunya dengan disiplin ilmu yang dimiliki desainer tersebut tujuan yang diharapkan akan tercapai.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alex Sobur, Semiotika Komunikasi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- Artiani Kusmiati R, Sri Pudjiastuti, Pamudji Suptandar, Teori dasar Desain Komunikasi Visual, Jakarta: Djembatan ; 1999.
- Danton, Sihombing. 2001. Tipografi Dalam Desain Grafis. Gramedia, Jakarta.
- George Schender, Aspek – Aspek Perwujudan Desain. Gramedia, Jakarta.
- Hadi, Metode desain grafis, Gramedia, Jakarta.
- Lexy J Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung, PT Remaja Rosdakarya ; 1994.
- Norvy Sabmen, Raeni Djoemena, Best of Indonesia Letterhead + Logo Collection, Jakarta : PT. Mega Taimatsukami International, 2003.
- Nazir, Metode – Metode dalam desain, Gramedia, Jakarta.
- P. Joko Subayo. 1992. Metodologi Dalam Teori dan Praktek. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Poerwadarminta, Model – Model Desain Grafis, Gramedia, Jakarta.
- Renald Kasali, Managemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1993.
- Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, PT. tarsito, Jakarta; 1994.

Sachari Singarimbun, Metode dan Penilaian Desain, Gramedia, Jakarta.

Surya, Brata. 1994. Metodologi Penelitian. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.

Suyanto M, Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan, Yogyakarta: Andi Offset;  
2004.

Togama Naibaho, Prinsip – Prinsip Desain Grafis, Gramedia, Jakarta.

## DAFTAR SUMBER LAIN

### - Internet

[http:// www.artskecth.com](http://www.artskecth.com) 04/10/2010

[http:// www.coopswall.com](http://www.coopswall.com) 10/10/2010

[http:// www.googlemap.com](http://www.googlemap.com) 01/02/2011

[http:// www.jurusgrafis.com](http://www.jurusgrafis.com) 04/02/2011

[http:// www.petakumpet.com](http://www.petakumpet.com) 10/02/2011

[http:// www.id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org) 06/03/2011

[http:// www.kbbidaring.com](http://www.kbbidaring.com) 10/03/2011

[http:// www.kaskus.com](http://www.kaskus.com) 16/03/2011

[http:// www.urbartumbir.com](http://www.urbartumbir.com) 16/03/2011

[http:// www.e-kuta.com](http://www.e-kuta.com) 16/03/2011

[http:// www.edukasi.depdiknas.go.id](http://www.edukasi.depdiknas.go.id) 27/05/2011

[http:// www.yep4.com](http://www.yep4.com) 28/05/2011