

JURNAL
TUGAS AKHIR STUDIO

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEBAGAI MEDIA PROMOSI COCOA GROUNDS
DI TEMUKUS, KECAMATAN BANJAR, SINGARAJA**



OLEH

NAMA : HELLENA AYU PUSPITA
NIM : 201006022
PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

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

2014

ABSTRAK

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI COCOA GROUNDS DI TEMUKUS, KABUPATEN BANJAR, SINGARAJA

Cocoa Grounds merupakan tempat biji kakao yang dikembangkan menjadi sebuah coklat yang dimiliki oleh perusahaan BT COCOA di Tangerang. . Arti kata dari Cocoa Grounds adalah daratan coklat, yaitu suatu daratan yang menjelaskan semua tentang coklat. Coklat merupakan sebutan untuk hasil olahan makanan atau minuman dari biji kakao. Coklat dikenal sebagai makanan para dewa, suku maya dan Aztec percaya bahwa coklat adalah sumber tenaga. Visi Cocoa Grounds adalah untuk diakui sebagai penyedia kakao global yang berfokus pada pertumbuhan yang berkelanjutan, karena Indonesia merupakan negara terbesar no. 3 di dunia untuk penghasil kakao di bawah Pantai Gading dan Gana. Misi Cocoa Grounds adalah desa Temukus menjadi desa coklat dengan kualitas coklat yang terbaik dan bermanfaat bagi masyarakat, meningkatkan persentasi mengkonsumsi coklat, dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan baik secara ekonomi dan lingkungan. Namun karena kurangnya promosi dan letak lokasi yang terlalu jauh membuat Cocoa Grounds belum banyak yang tahu. Metode pengumpulan data yang dipergunakan untuk kasus desain ini yaitu data primer menggunakan metode observasi dan metode wawancara. Data sekunder menggunakan metode kepustakaan dan metode dokumentasi, kemudian dianalisa dan dicari sintesanya. Dalam menganalisis data menggunakan analisis SWOT, langkah analisisnya adalah mengkaji hal atau gagasan yang akan dinilai dengan cara memilah dan menginventarisasi sebanyak mungkin dari segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threat*). Konsep yang digunakan dalam kasus ini adalah nuansa Aztec dan Bali yang dikemas secara modern.

Dengan Desain Komunikasi visual diharapkan dapat membuat media yang diperlukan untuk mempromosikan Cocoa Grounds. Media yang akan dibuat meliputi papan nama, menu makanan, polo shirt, fanpage facebook, desain web, notebook, sticker, tote bag, booklet, katalog.

Kata kunci : Cocoa Grounds, Coklat, Promosi, Desain Komunikasi Visual dan sosialisasi.

ABSTRAC
**VISUAL COMMUNICATION DESIGN MEDIA PROMOTION AS COCOA
GROUNDS AT TEMUKUS , DISTRICT BANJAR , SINGARAJA**

Cocoa Grounds is a place developed into a chocolate company owned by BT COCOA in Tangerang. The Meaning of Cocoa Grounds is the land of chocolate, which is a land that explains all about chocolate. Chocolate is the term for processed food or drinks from cocoa beans. Chocolate is known as the food of the gods, the Mayans and Aztecs believed that chocolate is a source of power. Cocoa Grounds vision is to be recognized as a provider of global cocoa focused on sustainable growth, because Indonesia is the largest country no. 3 in the world for cocoa income under the Ivory Coast and Ghana. Cocoa Grounds mission is Temukus rural village chocolate brown with the best quality and beneficial to the community, increasing the percentage of chocolate consumption, and ensure sustainable growth both economically and environmentally. However, due to lack of promotion and the location is too remote location makes Cocoa Grounds not many people know. Data collection methods used in this case are primary data using the method of observation and interview methods. Secondary data using the method of literature and methods of documentation. Then analyzed and synthesized in the serach. In analyzing the data using the SWOT analysis, the analysis step is to examine thing or ideas that will be assessed by means of sorting and invertaritations as much as possible in terms of strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Concepts used in this case is the feel of the Aztec and Balinese are packaged in a modern.

With Visual Communication Design is expected to make the necessary media to promote Cocoa Grounds. Media that will be made include nameplate, diet, polo shirts, facebook fanpage, web design, notebooks, stickers, tote bags, booklets, catalogs .

Keywords : Cocoa Grounds , Chocolate , Promotion , Design Visual Communication and socialization .

1.1 Latar Belakang Masalah

1.1.1 Faktor Obyektif

Cocoa Grounds merupakan tempat biji kakao yang dikembangkan menjadi sebuah cokelat yang dimiliki oleh perusahaan BT COCOA di Tangerang. BT COCOA adalah penyedia kakao ke lebih dari 50 negara di seluruh dunia. BT COCOA menyebar ke seluruh Indonesia yaitu Mamuju, Palu, Kolaka, Makassar, Surabaya, Lampung, Majene dan Bali. Namun di Bali di beri nama Cocoa Grounds. Arti kata dari Cocoa Grounds adalah daratan cokelat, yaitu suatu daratan yang menjelaskan semua tentang cokelat. Di Cocoa Grounds ini terdapat kebun cokelat, museum cokelat, dapur cokelat dan *lounge*. Kebun cokelat merupakan tempat penanaman dan perkembangbiakan biji kakao yang terpilih dan akan di olah menjadi cokelat. Cokelat merupakan sebutan untuk hasil olahan makanan atau minuman dari biji kakao. Cokelat dikenal sebagai makanan para dewa, suku maya dan Aztec percaya bahwa coklat adalah sumber tenaga.

Cokelat dihasilkan dari kakao (*Theobroma cacao*) yang diperkirakan mula-mula tumbuh di daerah Amazon utara sampai ke Amerika Tengah sampai ke Chiapas, bagian paling selatan Meksiko. Orang-orang Olmec memanfaatkan pohon dan mungkin juga, membuat “cokelat” di sepanjang pantai teluk di selatan Meksiko. Cokelat mengandung alkaloid – alkaloid seperti teobromin, fenetilamina, dan anandamida yang memiliki efek fisiologis untuk tubuh. Kandungan-kandungan ini banyak dihubungkan dengan tingkat serotonin dalam otak. Menurut ilmuwan cokelat yang dimakan dalam jumlah normal secara teratur dapat menurunkan tekanan darah. Cokelat hitam akhir - akhir ini banyak mendapatkan promosi karena menguntungkan kesehatan bila dikonsumsi dalam jumlah sedang, termasuk kandungan anti oksidannya yang dapat mengurangi pembentukan radikan bebas dalam tubuh. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Cokelat> diakses tgl 12 oktober 2014 pukul 19:15 WITA).

Museum cokelat yang terdapat di Cocoa Grounds ini menjelaskan tentang sejarah coklat, jenis-jenis coklat, permainan pertanyaan tentang kakao, serta manfaat dan keuntungan dari cokelat. Lengkap juga dengan keterangan, gambar dan benda visual dari biji kakao hingga menjadi cokelat dan alat - alat apa saja yang digunakan untuk pembuatan cokelat. Museum cokelat di Cocoa Grounds ini tentunya sangat bermanfaat bagi masyarakat yang masih belum mengenal tentang cokelat. Dapur Cokelat yang tersedia di Cocoa Grounds saat ini masih belum

aktif dikarenakan masih dalam proses pelatihan langsung oleh koki terbaik dalam bidang cokelat dari Tangerang. Yang rencananya nanti akan mulai dibuka pada 2016 secara langsung. *Loungonya* menyediakan berbagai macam menu cokelat dari makanan sampai minuman sehat dan harganya terjangkau. Cocoa Grounds juga menjual produk-produk kakao dari BT COCOA dengan harga yang terjangkau dan kualitas terbaik serta menjual souvenir seperti kaos, mug, sticker, pin dan tote bag dengan desain menarik yang bisa dijadikan kenang - kenangan. Cocoa Grounds buka setiap hari pada pukul 08.00 sampai 22.00 WITA.

Awal mulanya Cocoa Grounds ini dibangun pada tahun 2009. Kemudian mulai di kembangkan pada Desember 2012. Cocoa Grounds berlokasi di Desa Temukus yang beralamat di Jalan Raya Temukus No. 7 Singaraja, Bali. Lokasi Cocoa Grounds sangatlah strategis dan mudah untuk ditemukan. Di sebelah utara Cocoa Grounds terdapat pemandangan sawah luas, sebelah baratnya terdapat pom bensin Pertamina dan di sebelah timur terdapat Krisna 5 yaitu tempat pusat oleh - oleh Bali. Selain itu Cocoa Grounds mempunyai *lounge* atau tempat makan sendiri khusus cokelat yang dihasilkan langsung dari kebun cokelatunya. Visi Cocoa Grounds adalah untuk diakui sebagai penyedia kakao global yang berfokus pada pertumbuhan yang berkelanjutan, karena Indonesia merupakan negara terbesar no. 3 di dunia untuk penghasiian kakao di bawah Pantai Gading dan Gana. Misi Cocoa Grounds adalah desa Temukus menjadi desa coklat dengan kualitas cokelat yang terbaik dan bermanfaat bagi masyarakat, meningkatkan persentasi mengkonsumsi cokelat, dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan baik secara ekonomi dan lingkungan.

Namun karena kurangnya promosi dan letak lokasi yang terlalu jauh membuat Cocoa Grounds belum banyak yang tahu. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat “Cocoa Grounds” menjadi judul Tugas Akhir Studio dan salah satu cara yang dapat ditempuh untuk menarik minat dan perhatian masyarakat adalah dengan membuat media promosi yang efektif dan komunikatif.

1.1.2 Faktor Subyektif

Berdasarkan data yang didapat di lapangan Cocoa Grounds merupakan tempat cokelat yang sudah cukup dikenal oleh anak muda di Singaraja terutama *loungonya*. Karena *loungonya* terkenal dengan menu makanan dan minuman dari cokelat berkualitas yang memiliki ciri khas dan sangat bermanfaat juga bagi

kesehatan. Cocoa Grounds juga memiliki pegawai yang berpengalaman yang langsung diajarkan oleh *trainer* terbaik dari Tanggerang. Di Cocoa Grounds ini juga bisa mengajak masyarakat untuk tour seperti pengolahan kakao menjadi coklat dan pengetahuan coklat pada museumnya. Namun kekurangannya adalah masih kurangnya sumber daya manusia yang memiliki minat dan potensi dalam bidang coklat, terutama koki yang menghambat dapur coklat untuk aktif. Kurangnya media promosi yang tepat menyebabkan masyarakat Bali kurang mengetahui Cocoa Grounds ini. Oleh karena itu Cocoa Grounds memerlukan suatu usaha yang kreatif untuk mempromosikan kepada target *audience* yaitu dewasa tengah Denpasar Bali, karena Cocoa Grounds ini merupakan daratan coklat berkualitas pertama di Indonesia yang memiliki kebun coklat, museum coklat, dapur coklat dan *lounge* yang terletak di Bali, Singaraja.

Desain Komunikasi Visual memiliki peran untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi mengenai Cocoa Grounds kepada target *audience* dengan berbagai kekuatan visual seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Desain Komunikasi Visual sebagai ilmu desain dapat dijadikan alat dalam melakukan promosi Cocoa Grounds. Studi kasus ini diangkat karena penulis melihat Cocoa Grounds ini memiliki potensi untuk dipromosikan. Salah satunya adalah dengan menambah media yang lebih efektif dan komunikatif agar dapat meyakinkan pada masyarakat bahwa di Bali juga memiliki tempat khusus coklat yaitu Cocoa Grounds. Selain itu Cocoa Grounds juga sangat bermanfaat bagi masyarakat dengan adanya museum coklatnya sehingga dapat memberikan informasi tentang coklat serta manfaat dan keuntungan untuk kesehatan. Dalam hal ini perancangan media komunikasi visual, dimana nantinya media promosi atau media periklanan yang dirancang agar lebih efektif dan komunikatif, untuk menyampaikan informasi tentang Cocoa Grounds sesuai dengan konsep desain yang digunakan. Media komunikasi visual yang akan digunakan adalah jenis - jenis media yang dapat bermanfaat baik dari penyampaian informasi maupun dari segi fungsi media tersebut untuk masyarakat. Sehingga diharapkan media yang dirancang memiliki ciri khas tersendiri, serta dapat menimbulkan daya tarik bagi masyarakat lewat berbagai unsur desain komunikasi visual.

1.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam hal perancangan terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data untuk memudahkan sistem kerja. Metode pengumpulan data memiliki 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder yang dipergunakan untuk kasus desain ini kemudian dianalisa dan dicari sintesanya adalah sebagai berikut :

1.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file tetapi harus dicari melalui narasumber atau responden, yaitu orang yang kita jadikan objek riset atau orang yang kita gunakan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi ataupun data. (Sarwono & lubis, 2007 : 88)

a. Metode Observasi

Metode observasi merupakan mengamati dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrumental yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan pengamatan. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain: ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan (Noor, 2011:140).

Metode ini diterapkan dengan mengamati langsung ke Cocoa Grounds yang beralamat di jl. Temukus no. 7, Kecamatan Banjar, Singaraja, dan melihat serta mengamati proses kegiatan yang dilakukan oleh para pegawai dalam melakukan pekerjaan masing-masing dan para tamu yang berdatangan di Cocoa Grounds.

b. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain (Noor, 2011:138).

Metode ini dilaksanakan dengan mewawancarai Koming Wahyu sebagai asisten manajer tentang Cocoa Grounds, dan mbak Ratna sebagai pegawai yang memandu di museumnya.

1.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan salah satu data yang bermanfaat untuk membantu peneliti memahami masalah yang akan diteliti. Data mudah didapat

karena sudah tersedia di perusahaan. Tujuan analisis data sekunder ini ialah untuk membantu memahami masalah maupun variabel / gejala yang akan diteliti. Meski mudah didapat dan murah, data ini sangat bermanfaat karena dapat membantu perumusan masalah sebelum data primer dari konsumen tersedia. (Sarwono & Lubis, 2007 : 43)

a. Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data pada buku, artikel majalah, surat kabar, brosur serta media lainnya yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. (Sarwono & Lubis, 2007 : 93)

Metode ini dilakukan dengan cara mencari data literatur pada buku, majalah seperti kutipan dalam sebuah buku yang ada hubungannya dengan kasus yang diangkat seperti “Pengantar Desain Komunikasi Visual” oleh Adi Kusrianto, “Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)” oleh Pujirianto, “Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual oleh Jonathan Sarwono dan Hary Lubis ”, dan “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi” oleh Rakhmat Supriyono.

b. Metode Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak dan foto. Secara detail, bahan documenter terbagi beberapa macam yaitu autobiografi, surat pribadi, buku atau catatan harian, memorial, klipping, dokumen pemerintah atau swasta, data di server dan flashdisk data data tersimpan di web site (Noor, 2011:141). Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen yang diperlukan berupa foto-foto yang terdapat di Cocoa Grounds yang didokumentasikan menggunakan kamera.

1.3 Metode Analisis Data

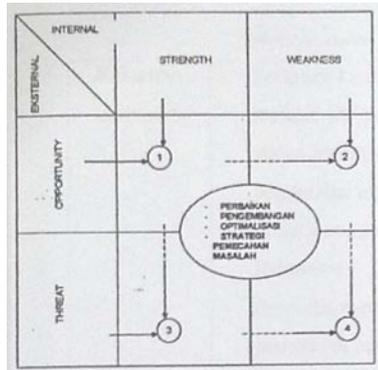
Analisis data merupakan cara atau langkah pemikiran penelitian untuk mengolah data yang berhasil dikumpulkan dan merupakan tindak lanjut dari usaha untuk menguji kebenaran. Analisis data yang digunakan dalam laporan ini adalah analisis SWOT terutama dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (re-evaluasi) suatu hal yang diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan risiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan

mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil. Langkah analisisnya adalah mengkaji hal atau gagasan yang akan dinilai dengan cara memilah dan menginventarisasi sebanyak mungkin segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threat*). Segi kekuatan dan kelemahan merupakan kondisi internal yang dikandung oleh obyek yang dinilai, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal. Hasil kajian dari keempat segi ini kemudian disimpulkan, meliputi Strategi Pemecahan Masalah, Perbaikan, Pengembangan, Optimalisasi. Dari segi kekuatan (*strength*) Cocoa grounds memiliki museum coklat dan *lounge* yang bisa bermanfaat bagi masyarakat selain mendapatkan pengetahuan tentang kakao menjadi coklat juga dapat menikmati makanan dan minuman dari coklat yang diolah sendiri dari pabrik Cocoa Grounds serta menjual produk coklat dari BT COCOA berupa coklat bubuk, mentega kakao dan *cocoa liquor* yang baik untuk kesehatan. Dari segi kelemahan (*weakness*) Cocoa Grounds belum banyak diketahui masyarakat Bali dan masih kurangnya sumber daya manusia yang memiliki skill dalam bidang coklat serta kurang komunikatifnya media komunikasi visual yang dimiliki. Dari segi peluang (*opportunity*) Cocoa Grounds memiliki peluang untuk melakukan suatu program atau kegiatan yang dapat menarik perhatian masyarakat dalam menjalani misi menjadikan desa Temukus menjadi desa coklat dengan kualitas coklat yang terbaik dan bermanfaat bagi masyarakat, meningkatkan persentasi mengkonsumsi coklat, dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan baik secara ekonomi dan lingkungan. Dari segi ancaman (*Threat*) jika Cocoa Grounds tidak mulai melakukan perubahan dalam kualitas media komunikasi visual yang dimiliki maka kemungkinannya bisa sepi pengunjung dan tidak tercapainya misi perusahaan.

Penyusunan kesimpulan lazim dilakukan dengan cara meramu (sedapat mungkin) hal-hal yang dikandung oleh keempat factor menjadi sesuatu yang positif, netral atau minimal dipahami. Penyusunan kesimpulan ini ditampung dalam Matriks Pakal yang terdiri dari :

- a. Strategi PE-KU / Peluang dan Kekuatan : Mengembangkan peluang menjadi kekuatan.
- b. Strategi PE-LEM / Peluang dan Kelemahan : Mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan.

- c. Strategi A-KU / Ancaman dan Kelemahan : Mengenal dan mengantisipasi ancaman untuk menambah kekuatan.
- d. Strategi A-LEM / Ancaman dan Kelemahan : Mengenal dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan. (Sarwono & Lubis, 2007 : 18)



1. Strategi Peluang dan Kekuatan / PE-KU
2. Strategi Peluang dan Kelemahan / PE-LEM
3. Strategi Ancaman dan Kekuatan / A-KU
4. Strategi Ancaman dan Kelemahan A-LEM

Dengan metode ini dapat diketahui sifat-sifat, karakter-karakter, dan data-data lain yang diperlukan untuk perancangan media komunikasi visual Cocoa Grounds ini.

1.4 Konsep Dasar Perancangan

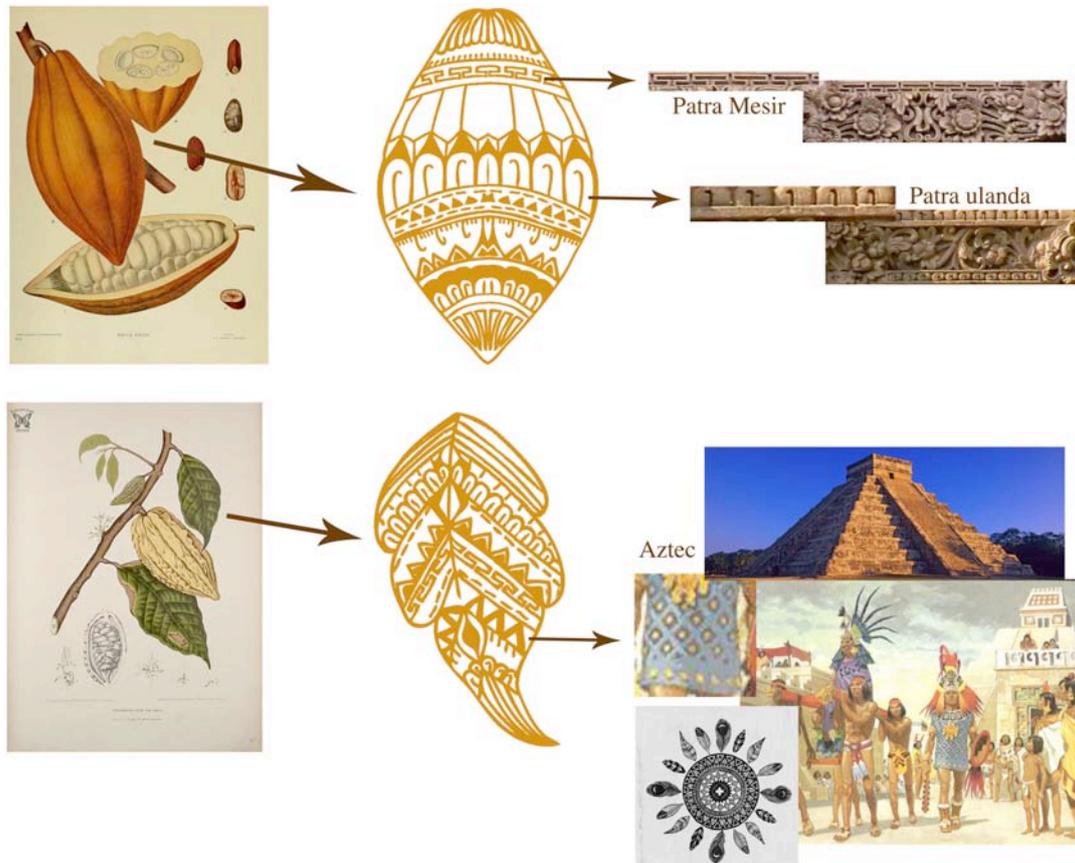
Konsep adalah bagian penting dari proses keseluruhan, bahwa konsep adalah nyawa dari sebuah proses, termasuk didalamnya adalah konsep visual. Konsep dapat dipahami sebagai dasar pemikiran yang strategis untuk mencapai suatu tujuan. Konsep bersifat pemikiran, dan tidak bersifat operasional. Konsep membutuhkan implementasi dan bersifat rencana (Masri, 2010 : 29)

Pemikiran mengenai konsep diletakkan pada awal proses, hal-hal yang berkaitan dengan pemikiran konsep antara lain:

- a. Penggalan konsep yaitu proses untuk mempertimbangkan konsep-konsep yang pernah dipikirkan oleh pihak lain
- b. Penelusuran konsep, yaitu usaha untuk melakukan pencarian berbagai kemungkinan dalam usaha mendapatkan konsep terbaik
- c. Pengujian konsep, yaitu salah satu proses untuk melihat kekuatan sebuah konsep.

Selain hal di atas desainer juga dituntut untuk mengkaji konsep - konsep (pemikiran) yang pernah dilakukan orang lain sebagai bahan pembandingan. Dengan demikian konsep desain dapat dipahami sebagai pemikiran strategis yang akan digunakan sebagai landasan yang memenuhi kriteria desain yang baik, memenuhi

Cocoa Grounds dan berhubungan juga dengan dewasa awal. Kemudian tahap selanjutnya adalah pengujian konsep, dimana desainer mencari kekuatan serta aspek - aspek pendukung konsep terpilih agar dapat menentukan elemen - elemen desain yang akan diterapkan pada media. Berikut gambar proses pengujian konsep :



Gambar 3.2 Proses penguraian konsep nuansa Aztec dan Bali

Aztec adalah kelompok etnis nomaden yang tinggal di Meksiko tengah. Dengan kemegahan ibu kota mereka, Tenochtitlan, Suku Aztec menjadi kekuatan dominan di daerah Meksiko Tengah yang membuat beberapa wilayah Negara berada di bawah kendali mereka pada abad ke – 15. Dikarenakan wilayah mereka memiliki musim kering, maka Aztec menjadi suplai biji kakao dari perdagangan maupun upeti karena pohon kakao tumbuh subur di wilayah suku aztec. Upeti merupakan bentuk pajak yang harus dibayar negara kepada suku Aztec pada masa perang. Berdasarkan hal ini, harga biji kakao sangat tinggi, melebihi harga emas dan perak. Bagi suku Aztec coklat merupakan minuman yang sangat mewah, sehingga hanya disajikan bagi para bangsawan dan orang kaya. Hasil kebudayaan suku Aztec salah satunya adalah kuil berbentuk pyramid yang tengah berlubang untuk memasukkan kurban (emas dan perak) dan konsep kepercayaannya menyembah para dewa-dewa. Aztec dalam

ilustrasi yang diterapkan dalam media yang dibuat berupa bentuk pyramid atau segitiga.

Bali adalah nama salah satu provinsi di Indonesia dan juga merupakan nama pulau terbesar menjadi bagian dari provinsi tersebut. Mayoritas penduduk Bali adalah pemeluk agama Hindu. Di dunia Bali terkenal sebagai tujuan pariwisata dengan keunikan berbagai hasil seni dan budayanya. Salah satu hasil seni dan budaya yang dimiliki adalah ornamen Bali. Ornamen Balibisa di aplikasikan untuk mempermanis dan memperkuat karakter arsitektur bangunan, aksesoris / perhiasan mupun diposisikan sebagai benda pajang semata. Ragam ornamen Bali seperti patra punggel, patra Cina, karang goak, karang gajah dan lain – lain. Ada juga ornamen berbentuk geometrik, pada dasarnya memiliki keteraturan bentuk seperti segitiga, segi empat dan bentuk – bentuk lainnya yang disusun menjadi karakter sendiri. Sedangkan ornament floralistis digubah dari pepohonan, dedaunan atau unsur-unsur lain ari tumbuh - tumbuhan yang di rangkai dengan repitisi (pengulangan – red) yang teratur sehingga menjadi ornamentasi yang dikenal sebagai pepatraan. Jenis patra banyak sekali ragamnya, ada patra Cina, patra Ulanda, patra punggel, patra wangga dan sebagainya. (sumber : <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Bali> yang diakses tanggal 1 januari 2015 pukul 15.43 WITA).

Modern merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa latin moderna yang berarti masa kini, terbaru, mutakhir. Modern juga bisa berarti sikap atau cara berpikir serta cara bertindak sesuai dengan tuntutan zaman. Kata modern juga berhubungan dengan hal-hal yang baru, yang ter-up-date, tidak kuno, dan memiliki tekhnologi tinggi.(sumber:<https://leviyamani.wordpress.com/2013/06/18/refleksi-zaman-modern/>diakses tanggal 1 januari 2015 pukul 15.46 WITA)

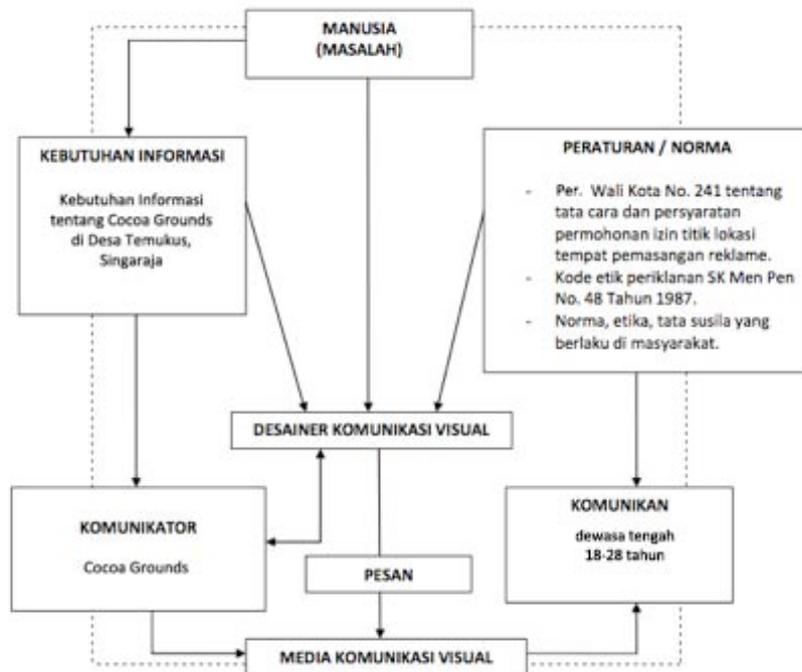
Konsep ini tertuang dalam media yang dibuat dari tampilan, pemilihan elemen – elemen desain dan karakter mascot. Di dalam perancangan media komunikasi visual ini untuk menarik perhatian masyarakat diperlukannya ide kreatif, inovatif serta memenuhi kriteria desain komunikasi visual. Pesan yang disampaikan jelas dan mudah dimengerti, baik dari tampilan ilustrasi, tipografi, teks serta warna. Dalam hal ini perancangan berusaha untuk dapat mempengaruhi target audience, dengan berpedoman pada dasar-dasar perancangan media komunikasi, agar nantinya terwujud sarana komunikasi atau promosi yang berperan secara maksimal. Di dalam penyampaian pesan dapat dikatakan berhasil apabila pesan tersebut disampaikan di

tempat dan waktu yang tepat, serta kepada masyarakat yang tepat. Dalam konsep nuansa Aztec dan Bali yang dikemas secara modern ini yang nantinya dapat mewakili citra Cocoa Grounds yang akan dikomunikasikan pada media lewat ilustrasi, warna, huruf, teks dan layout, dimana media yang digunakan dikemas dengan baik dan jelas agar mudah dimengerti oleh *target audience*. Ilustrasi yang akan ditampilkan berhubungan dengan buah kakao dan daun dengan ukiran yang menciri khas dari Aztec yaitu segitiga atau berbentuk pyramid dan Bali yaitu patra mesir dan patra ulanda yang dikemas secara modern. Pemilihan warna yang digunakan adalah warna dari buah kakao yang sudah matang yaitu warna kuning tua dan warna coklat. Pemilihan huruf masuk kedalam kelompok *serif* dan *script* yang memberikan kesan elegan karena menurut suku Aztec coklat merupakan makanan yang mahal dan untuk para dewa. Namun pemilihan huruf *serif* dan *script* yang terlihat modern. Prinsip keseimbangan nantinya akan menggunakan prinsip keseimbangan asimetris untuk memberikan kesan dinamis atau tidak kaku. Kembali melihat pada *target audience* yaitu dewasa tengah konsep ini berhubungan dengan dewasa tengah dari ilustrasi, huruf, dan tampilan dari desain yang dikemas secara modern.

1.5 Pola Pikir

Skema pola pikir adalah proses pemikiran yang menjadi sebuah tahapan yang digunakan dalam desain media komunikasi visual antara komunikan dengan komunikator sehingga terjadi timbal balik guna memastikan pesan yang disampaikan sesuai sasaran. Skema pola pikir yang digunakan yaitu :

Adanya sebuah permasalahan tentunya memerlukan sebuah pemecahan/kebutuhan solusi. Dalam kasus ini diperlukan informasi tentang Cocoa Grounds. Untuk memperoleh informasi Cocoa Grounds yang akan disosialisasikan, maka diperlukannya sumber komunikasi yaitu Cocoa Grounds. Dari hasil penggalian informasi dengan komunikan, ditemukan solusi yang akan dikemukakan untuk menyampaikan pesan. Peranan media tentunya menjadi hal pokok yang harus dipikirkan. Media yang dibuat harus sesuai dengan target audience maka akan adanya *feed back* antara media dan masalah yang ada, dimana media bertugas sebagai sebuah sarang yang bisa berfungsi efektif menyapa target *audience* untuk memberikan informasi. Dengan penyampaian informasi yang didukung dengan media yang tepat, maka masalah yang ada dapat teratasi.



Keterangan :

- > Hubungan Langsung
- - - - -> Hubungan Tak Langsung

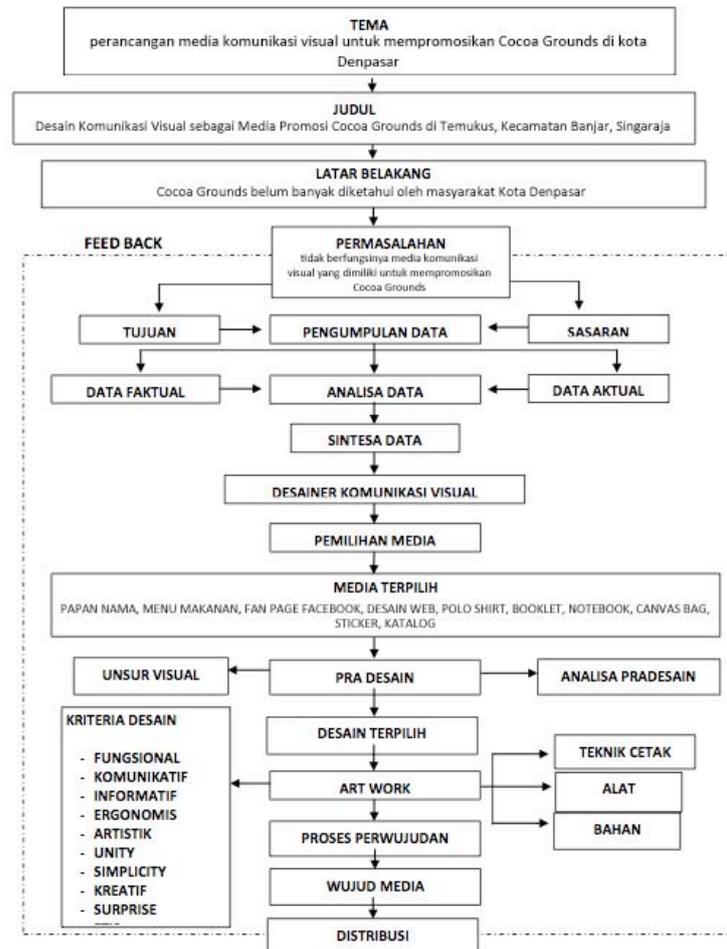
Gambar 3.3 Skema Pola Pikir

1.6 Skema Proses Desain

Skema proses desain adalah skema tahapan dari proses membuat media komunikasi visual yang dijadikan sebagai sebuah acuan.

Judul yang diangkat dalam Tugas Akhir ini yaitu “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Cocoa Grounds Di Temukus, Kecamatan Banjar, Singaraja”. Permasalahan yang dihadapi adalah media promosi yang mampu mengenalkan Cocoa Grounds kepada kalangan dewasa. Sehingga tujuan yang ingin dicapai adalah menciptakan rasa tertarik pada anak remaja untuk datang ke Cocoa Grounds. Sasarannya adalah dewasa tengah berkisaran 16-28 tahun. Agar tujuan sasaran dapat dicapai maka diperlukan adanya pengumpulan data data aktual dan data faktual. Kemudian data yang sudah terkumpul dianalisis sehingga mendapatkan kesimpulan sementara atau sintesa. Dari sintesa tersebut maka ditentukanlah media terpilih yaitu . kemudian dibuatlah alternatif pra-desain dari media-media terpilih tersebut dan dianalisis berdasarkan kriteria desain sehingga akan tercipta desain terpilih. Kemudian desain yang terpilih akan diwujudkan. Diwujudkan menggunakan teknik

cetak, alat dan bahan yang disesuaikan dengan media. Kemudian didistribusikan kepada masyarakat sehingga permasalahan diatas dapat diatasi.



Keterangan :

- > Hubungan Langsung
- - - - -> Hubungan Tak Langsung

Gambar 3.4 Skema Proses Desain

1.7 Strategi Media

Strategi adalah siasat/langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Strategi media dibentuk oleh target sasaran (*audience*) dengan panduan media, yang terdiri dari pilihan media dan jadwal media, yang disusun dengan memperhitungkan media habit, yaitu kebiasaan target (*audience*) masing-masing pangsa pasar dalam penggunaan media. *Target audience* inilah yang menentukan saluran media mana yang paling efektif dan efisien. Efektif artinya cocok untuk mengiklankan produk yang dirancang, dan efisien artinya yang terjangkau (sanyoto, 2005:66).

1.7.1 Segmentasi Target Audience

a. Geografis

Segmentasi geografis adalah segmentasi yang berdasarkan pada variabel geografis seperti daerah, iklim, kepadatan penduduk dan laju pertumbuhan penduduk. Sasaran yang dituju adalah remaja di daerah perkotaan di Bali yaitu Denpasar. Denpasar dipilih karena memiliki tingkat kepadatan penduduk dan laju pertumbuhan yang meningkat baik itu dari penduduk asli maupun kaum urban. Dalam promosi ini penulis memilih dewasa tengah dengan batasan umur 18 – 28 tahun dengan latar belakang menengah sampai menengah keatas.

b. Demografi

Faktor demografi yang dipergunakan paling luas adalah jenis kelamin, usia, besarnya keluarga, siklus kehidupan keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sesuai penghasilan (Sanyoto, 2006 : 67). Berdasarkan factor demografi media yang dirancang diperuntukkan mencakup masyarakat terutama dewasa tengah dari berbagai macam golongan.

c. Psikografis

Segmentasi Psikografis, meliputi : gaya hidup pola orang yang menjalani hidup dan menggunakan waktu dan uang. Psikografis, dinyatakan lewat AIO (*Activities, Interest, and Opinion*). *Activities* atau aktivitas berupa kontinuitas, belanja, olahraga. *Interest* atau minat berupa keluarga, rumah, pekerjaan, komunitas, rekreasi, fashion, makanan, media achievements (Sanyoto, 2006 : 68). Dilihat dari psikografis, sasaran yang diinginkan yaitu dari kalangan dengan berbagai macam tingkat sosial.

d. Behavioritis

Segmentasi Behavioristis, meliputi : perilaku pembelian/penggunaan tentang tingkat menggunakan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Sanyoto, 2006 : 67). Behavioristis disini berdasarkan dari kebutuhan, kesukaan masyarakat akan sesuatu serta perlu adanya penyesuaian media terhadap khalayak sasaran (*target audience*). Jadi dalam desain yang akan dibuat sebaiknya dapat mengajak dan mempengaruhi minat *target audience*.

1.7.2 Panduan Media

Panduan media merupakan suatu media komunikasi dalam memberikan informasi kepada target audience. Dalam kasus ini, penulis mengambil beberapa jenis media yang akan digunakan sebagai media promosi Cocoa Grounds, antara lain sebagai berikut:

1. Papan Nama

Papan nama merupakan media komunikasi grafis yang terbuat dari papan nama dan Papan nama didesain untuk menunjukkan identitas tempat. Disini papan nama dibuat 3 macam yaitu papan nama Cocoa Grounds, Papan Nama Museum Chocolate dan Papan Nama Lounge. Berukuran disesuaikan dengan tempat penempatan papan nama.

2. Menu Makanan

Menu adalah daftar makanan yang telah dipersiapkan yang tersedia di dalam restoran tersebut (Sulartiningrum, 2001 : 106).

3. Fan Page Facebook

Fanpage adalah sebuah halaman khusus layaknya blog yang menyediakan informasi yang beragam sesuai dengan keinginan pemiliknya, mulai dari perusahaan, pendidikan, layanan, produk fisik, artis, komunitas dan masih banyak lainnya. Beberapa orang ahli pun pasti memiliki pengertian fanpage facebook sendiri sesuai dengan apa yang mereka pelajari. Secara garis besar, facebook fanpage di manfaatkan bagi kalangan tertentu, misalnya pemilik toko online untuk memberikan informasi atau event kepada penggemarnya atau pelangganya melalui facebook. Dengan demikian penyebaran informasi akan lebih cepat di terima oleh banyak orang. (Sumber : https://www.facebook.com/permalink.php?id=470358539642546&story_fbid=494308183914248 diakses tanggal 8 desember 2014 pukul 9:21 WITA)

4. Polo Shirt

Polo shirt adalah media komunikasi grafis yang dicetakdi atas kain katun. Cara mencetaknya adalah dengan menggunakan teknik cetak saring atau sablon.

5. Booklet

Bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid tetapi tidak setebal sebuah buku (Rustan, 2007:106).

6. Notebook

Notebook merupakan buku catatan, notebook termasuk dalam merchandise yang termasuk dalam media promosi untuk mengingatkan masyarakat akan industri atau sebuah perusahaan (Rustan, 2007:111).

7. Tote Bag

Totebag termasuk dalam kategori tas jinjing yang bisa digunakan untuk membawa apa saja. Tote bag biasanya berbahan material yang kuat seperti kanvas, nilon dan kain yang kokoh lainnya. (Sumber : <http://taskanvasunik.com/blog/apa-itu-tote-bag/> diakses pada tanggal 25 desember 2014 pukul 18.34 WITA)

8. Website

Website merupakan media yang dapat mengglobe dan dapat diakses di mana saja dan kapan saja, sehingga memudahkan audience untuk mencari informasi. (Moriarty, 2009 :746)

9. Sticker

Sticker merupakan media komunikasi grafis tentang produk, jasa, atau identitas yang ditempel pada berbagai tempat (Pujirianto, 2005 : 17).

10. Katalog

Katalog merupakan media komunikasi grafis berbentuk buku yang didalamnya berisi aneka jenis produk, harga, formulasi, dan cara penggunaannya (Pujirianto, 2005 : 20). Dalam hal ini katalog berisikan karya/desain yang dibuat dalam tugas akhir.

1.8 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah upaya pendekatan media promosi untuk memaksimalkan daya tarik visual melalui bentuk isi dan perwujudan media. Adapun strategi kreatif yang dilakukan perancangan.. di kasus ini antara lain sebagai berikut :

1.8.1 Isi pesan

Isi pesan merupakan hal yang penting dalam promosi, karena merupakan penjelasan tentang suatu produk dalam mempengaruhi target audience, agar bertindak sesuai pesan yang disampaikan. Isi pesan yang ingin disampaikan hendaknya memberikan informasi kepada target audience tentang Cocoa Grounds dengan jelas dan mudah untuk dimengerti.

1.8.2 Bentuk Pesan

Dibutuhkan strategi kreatif untuk memilih bentuk pesan. Ini melewati tahap pembentukan, evaluasi, seleksi dan pelaksanaan pesan. Pembentukan pesan tentang suatu produk pada prinsipnya merupakan manfaat utama yang ditawarkan merek sebagai pengembangan konsep produk. Evaluasi dan pemilihan pesan perlu dilakukan setelah mendapatkan pesan-pesan yang dibuat atau dibentuk secara kreatif (suyanto, 2004 : 11). Bentuk pesan yang disampaikan dalam mempromosikan Cocoa grounds yaitu memiliki daya tarik emosional dengan kebutuhan konsumen secara optimal terhadap suatu produk yang memberikan tekanan pada manfaat atau alasan untuk mempunyai maupun menggunakan suatu produknya. Pada umumnya mencoba untuk meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut mempunyai manfaat khusus yang memuaskan konsumen. Ada dua cara dalam penyampaian pesan yaitu secara verbal dan nonverbal. Secara verbal adalah penyampaian pesan menggunakan ungkapan penggambaran dalam bentuk bahasa kata. Sedangkan cara nonverbal adalah penyampaian pesan dengan ungkapan penggambaran, dalam bentuk bahasa gambar/ visual. Pada desain komunikasi visual, bisa disebut ungkapan visualisasi gambar atau ungkapan penggambaran dengan bahasa gambar (Sanyoto, 2006 : 93). Jadi di dalam perancangan pesan yang digunakan yaitu pesan nonverbal, yaitu memadukan antara bahasa gambar berupa ilustrasi yang ditampilkan serta pesan nonverbal yang digunakan dengan bahasa Indonesia yang merupakan bahasa nasional. Kata-katanya mengandung ajakan atau mempengaruhi khalayak sasaran. Teks yang digunakan mudah dimengerti dan diingat.

1.8.3 Strategi Visual

Teknik visual yang digunakan dalam visualisasi desain media promosi ini adalah teknik fotografi dan hand drawing yang kemudian diolah dengan menggunakan program komputer, dimana ilustrasi yang ditampilkan berkaitan dengan Cocoa grounds.

1.8.4 Gaya Visual

Agar Media yang dibuat dapat mempengaruhi target audience untuk memperhatikan isi pesan maka perlu digunakan suatu gaya visual untuk mempromosikan Cocoa Grounds. Dalam merancang media komunikasi visual ini menggunakan gaya visual teknik ilustrasi gabungan antara teknik ilustrasi

fotografi dengan teknik ilustrasi handdrawing kemudian diolah dengan komputer. Kenapa menggunakan teknik gabungan, karena dalam hal ini desainer berusaha merancang dan membuat suatu media komunikasi yang sesuai dengan gambar aslinya yang dapat menggugah selera audience karena kekuatan terbesar dari fotografi pada media periklanan khususnya adalah kemampuan untuk memberi kesan sebagai “dapat dipercaya”. Teknik hand drawing disini sebagai pendukung atau simbolis dari Cocoa Grounds itu sendiri. Pada media papan nama, stiker, notebook, totebag, dan polo shirt hanya menggunakan ilustrasi hand drawing yang kemudian di scan dan diolah kembali dengan komputer, sedangkan pada media fanpage facebook, katalog, booklet, menu makanan dan desain web menggunakan teknik gabungan.

1.9 Visual Desain

Visualisasi desain terdiri dari dua kata, dimana visualisasi dalam bahasa Inggris Visualization yang berarti membayangkan seperti apa teks akhir dari iklan (Moriarty, 2009 : 745). Sedangkan desain berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas (Kusrianto, 2007 : 12). Jadi, visualisasi desain merupakan rancangan bayangan akhir yang bersifat kasat mata baik dari segi bentuk, warna, teks, hingga komposisi yang digunakan.

1. Papan Nama

Pada bab ini membahas visualisasi desain media papan nama sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa Grounds. Papan nama yang dibuat ada 3 yaitu papan nama untuk perusahaan, papan nama untuk museum coklat dan papan nama untuk *lounge*. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang terdapat dalam papan nama.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.1 Bentuk Fisik Papan Nama

Papan nama ini memiliki panjang dan lebar yang saling berbeda dari ketiga papan nama yang dibuat. Disesuaikan dengan banyaknya huruf dan jarak pada papan nama. Pada papan nama perusahaan berukuran panjang 5,7 m dan lebar 3 m. Pada papan nama museum coklat berukuran panjang 4,6 m dan lebar 2 m. Pada papan nama *lounge* berukuran panjang 3,8 m dan lebar 1,3 m.

b. Ilustrasi

Dalam desain papan nama perusahaan ilustrasi yang digunakan adalah buah kakao yang menjadi kepala dan daun yang saling berhubungan. Pada papan nama museum coklat ilustrasi yang digunakan adalah buah kakao yang terdapat ukiran segitiga dan ornament bali. Sama dengan pada papan nama lounge menggunakan ilustrasi buah kakao yang terdapat ukiran ornament tribal dan ornament mesir.

c. Warna

menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas dari Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna yang digunakan oleh backgroundnya adalah warna kuning tua dengan opacity 20.

d. Teks

Menampilkan teks “Cocoa Grounds”, “museum chocolate and lounge”, dan “BALI”. yang merupakan identitas dari perusahaan.

e. Huruf dan Tipografi

Jenis huruf yang digunakan American typewriter pada teks “Cocoa Grounds”, Sofia pada teks “museum chocolate and lounge” dan STIXGeneral pada teks “Bali”. Jenis tipografi tersebut dikomposisikan menurut ukuran dan keseimbangan agar orang nyaman untuk melihat media tersebut.

f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mencetak papan nama yaitu neon box vinyl printing.

g. Teknik Cetak

Untuk mewujudkan papan nama, teknik cetak yang disesuaikan dengan bahan yang dibutuhkan.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indicator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya papan nama ini memiliki 3 alternatif desain dengan komposisi disetiap unsur desain yang berbeda disesuaikan dengan bentuk persegi panjang dari bentuk fisik papan nama.

Desain papan nama ini dipilih karena dibandingkan 2 alternatif desain lainnya, komposisi dalam penempatan ilustrasi dan teks lebih nyaman untuk dilihat oleh orang.



Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:

papan nama



Gambar 4.2 desain papan nama yang terpilih

Nama Media : Papan nama

Ukuran : Papan nama perusahaan = panjang 5,7 m dan lebar 3 m.

Papan nama museum coklat = panjang 4,6 m dan lebar 2 m.

Papan nama *lounge* = panjang 3,8 m dan lebar 1,3 m.

Bahan : neon box vinyl printing

Biaya Kreatif

Tabel 4.1 biaya kreatif desain papan nama

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 3.672.000
Biaya Cetak	- Biaya cetak untuk 1 papan nama Rp 1.200.00,- / m ² - Desain yang akan dicetak sebanyak 3 : - ukuran 5,7 m x 3 m = Rp. 10.440.000 - ukuran 4,6 m x 2 m = Rp.7.920.000 - ukuran 3,8 m x 1,3 m =	Rp. 24.480.000

	Rp.6.120.000	
	Biaya Total	Rp. 28.152.000

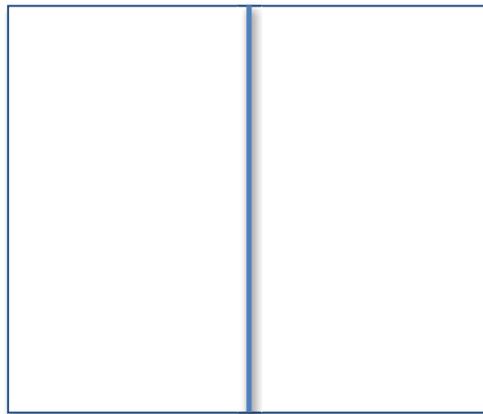
Sumber biaya berdasarkan papan reklame

2. Menu

Pada bab ini membahas visualisasi desain media menu sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa Grounds di Temukus, Singaraja. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media menu.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.3 Bentuk fisik menu

Media menu ini memiliki ukuran panjang 40,6 cm dan lebar 35,6 cm. media menu terdiri dari 1 lembar kemudian terdapat lipatan di tengah dan memiliki sisi depan dan dalam.

b. Ilustrasi

Dalam desain menu ini, ilustrasi yang ditampilkan pada sisi depan adalah buah kakao dan daun dengan ukiran segitiga dan ornamen bali dan terdapat logo Cocoa Grounds di bagian bawah. Pada sisi belakang terdapat gambar foto makanan yang sering di beli pengunjung. Pada bagian dalam yang merupakan isi dari menu terdapat logo facebook dan instagram sebagai alamat yang dapat dikunjungi oleh pengunjung lewat sosial media internet.

c. Warna

menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna yang digunakan oleh backgroundnya adalah warna kuning tua dengan opacity 20.

d. Teks

Pada sisi depan menampilkan teks “menu” dan “Cocoa Grounds museum chocolate and lounge “ yang merupakan logo perusahaan. Pada sisi dalam yang merupakan isi dari menu yaitu menu makanan dan minuman yang tersedia di *lounge* Cocoa Grounds.

e. Huruf dan Tipografi

Pada sisi depan dari menu jenis huruf yang digunakan American typewriter pada teks “Cocoa Grounds” dan “menu”, sedangkan Sofia pada teks “museum chocolate and lounge”. Pada sisi dalam jenis tipografi yang digunakan sama dengan sisi depan yaitu American typewriter sebagai judul atau nama pada menu makanan dan minuman, serta pada penjelasan makanan dan minuman menggunakan huruf sofia. jenis tipografi tersebut dikomposisikan menurut ukuran dan keseimbangan agar orang nyaman untuk melihat media tersebut.

f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mencetak menu yaitu fiori. Media flayer terdiri dari 1 lembar kemudian terdapat lipatan di tengah dan memiliki sisi depan dan dalam.

g. Teknik Cetak

Untuk mewujudkan menu, teknik cetak yang digunakan adalah teknik cetak digital.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indicator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media flayer ini memiliki 3 alternatif desain dengan perbedaan pada bagian depan dan belakang menu yang penempatan setiap unsur desain berbeda.

Desain flayer ini dipilih karena dibandingkan 2 alternatif desain lainnya, komposisi dalam penempatan ilustrasi dan teks lebih nyaman untuk dilihat oleh orang.



Food		Beverages	
<p>Sweet Treats</p> <p>Chocolate Lane \$10 Hot Chocolate with soft melting chocolate cream served with vanilla ice cream</p> <p>Single Chocolate \$10 Hot Chocolate served with vanilla ice cream</p> <p>Chocolate Lane \$10 Hot Chocolate served with chocolate and marshmallows</p> <p>Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate served with chocolate and marshmallows</p> <p>Waffles</p> <p>Chocolate Banana Waffle \$10 Served with banana and chocolate sauce</p> <p>Hot Chocolate Waffle \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Hot Chocolate Waffle \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Ice Cream Scoops</p> <p>Vanilla \$10 Chocolate \$10 Mint \$10 Milk \$10</p>	<p>Pancake</p> <p>Butter Pancake \$10 Served with maple syrup</p> <p>Chocolate Pancake \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Savoury Bite</p> <p>French Fries \$10 Pasta \$10</p> <p>Light Meal</p> <p>Hot Chocolate \$10 Served with vanilla ice cream</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Ice Cream Sundae</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with vanilla ice cream</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with vanilla ice cream</p>	<p>Cocoa Grounds Signature Chocolate</p> <p>Original Chocolate \$10 Dark Chocolate \$10</p> <p>Taster Set</p> <p>Single Origin Chocolate \$10 A sampling of the finest chocolate from different origins</p> <p>Fruit Chocolate Blends</p> <p>Dark Chocolate Orange \$10 Chocolate Raspberry \$10</p> <p>Coffee</p> <p>Espresso \$10 Cappuccino \$10 Latte \$10</p>	<p>Single Origin Chocolate</p> <p>Nestle Chocolate \$10 Toblerone Chocolate \$10</p> <p>Cocoa Grounds Special Chocolate Blends</p> <p>Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate \$10</p> <p>Chocolate Twists</p> <p>Chocolate Orange \$10 Chocolate Raspberry \$10 Chocolate Raspberry \$10 Chocolate Raspberry \$10</p> <p>Tea (artawang)</p> <p>Hot Tea \$10 Cold Tea \$10</p>

alternatif 1



Food		Beverages	
<p>Sweet Treats</p> <p>Chocolate Lane \$10 Hot Chocolate with soft melting chocolate cream served with vanilla ice cream</p> <p>Single Chocolate \$10 Hot Chocolate served with vanilla ice cream</p> <p>Chocolate Lane \$10 Hot Chocolate served with chocolate and marshmallows</p> <p>Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate served with chocolate and marshmallows</p> <p>Waffles</p> <p>Chocolate Banana Waffle \$10 Served with banana and chocolate sauce</p> <p>Hot Chocolate Waffle \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Hot Chocolate Waffle \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Ice Cream Scoops</p> <p>Vanilla \$10 Chocolate \$10 Mint \$10 Milk \$10</p>	<p>Pancake</p> <p>Butter Pancake \$10 Served with maple syrup</p> <p>Chocolate Pancake \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Savoury Bite</p> <p>French Fries \$10 Pasta \$10</p> <p>Light Meal</p> <p>Hot Chocolate \$10 Served with vanilla ice cream</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with chocolate sauce</p> <p>Ice Cream Sundae</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with vanilla ice cream</p> <p>Chocolate Lane \$10 Served with vanilla ice cream</p>	<p>Cocoa Grounds Signature Chocolate</p> <p>Original Chocolate \$10 Dark Chocolate \$10</p> <p>Taster Set</p> <p>Single Origin Chocolate \$10 A sampling of the finest chocolate from different origins</p> <p>Fruit Chocolate Blends</p> <p>Dark Chocolate Orange \$10 Chocolate Raspberry \$10</p> <p>Coffee</p> <p>Espresso \$10 Cappuccino \$10 Latte \$10</p>	<p>Single Origin Chocolate</p> <p>Nestle Chocolate \$10 Toblerone Chocolate \$10</p> <p>Cocoa Grounds Special Chocolate Blends</p> <p>Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate \$10 Hot Chocolate \$10</p> <p>Chocolate Twists</p> <p>Chocolate Orange \$10 Chocolate Raspberry \$10 Chocolate Raspberry \$10 Chocolate Raspberry \$10</p> <p>Tea (artawang)</p> <p>Hot Tea \$10 Cold Tea \$10</p>

alternatif 2



alternatif 3

Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.4 Desain menu Cocoa Grounds

Nama Media : menu

Ukuran : panjang 40,6 cm dan lebar 35, 6 cm

Bahan : *fiori*

Teknik : Cetak digital

Biaya Kreatif

Tabel 4.2 biaya kreatif desain menu

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 16.875

Biaya Cetak	- Biaya cetak untuk 1 lembar Rp 22.500 - Desain yang akan dicetak sebanyak 5 Rp. 22.500 x 5 = Rp. 112.500	Rp. 112.500
	Biaya Total	Rp. 129.375

Sumber biaya berdasarkan Sylvia printing shop

3. Polo Shirt

Pada bab ini membahas visualisasi desain polo shirt sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa Grounds. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam polo shirt.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.5 Bentuk Fisik polo shirt

Polo shirt ini memiliki ukuran S, M, L, dan XL.

b. Ilustrasi

Dalam desain polo shirt ini menggunakan ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran segitiga dan ornamen bali yang terdapat di kedua lengan dan kerah polo shirt. terdapat logo Cocoa Grounds di bagian depan sisi kiri dan bagian belakang polo shirt.

c. Warna

menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna yang digunakan oleh backgroundnya adalah warna putih agar tidak panas jika digunakan.

d. Teks

Pada bagian depan sisi kiri dan bagian belakang menampilkan teks “Cocoa Grounds museum chocolate and lounge “ yang merupakan logo perusahaan.

e. Huruf dan Tipografi

Pada bagian depan sisi kiri dan bagian belakang menampilkan teks “Cocoa Grounds“ yang merupakan logo perusahaan menggunakan American typewriter sedangkan Sofia pada teks “museum chocolate and lounge”.

f. Bahan

Bahan yang digunakan pada polo shirt adalah kain katun.

g. Teknik Cetak

Untuk mewujudkan polo shirt ini menggunakan teknik cetak sablon.

4.3.2 Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indikator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media polo shirt ini memiliki 3 alternatif desain dengan perbedaan komposisi di setiap alternatif desainnya.

Desain polo shirt ini dipilih karena dibandingkan 2 alternatif desain lainnya, komposisi dalam penempatan ilustrasi dan teks lebih nyaman untuk dilihat oleh orang.



4.3.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.6 Desain polo shirt

Nama Media : polo shirt
 Ukuran : S, M, L, dan XL
 Bahan : katun
 Teknik : sablon

Biaya Kreatif

Tabel 4.3 biaya kreatif desain polo shirt

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 142.500

Biaya Cetak	- Biaya cetak untuk 1 polo shirt Rp 38.000 - Desain yang akan dicetak sebanyak 25 Rp. 38.000 x 25 = Rp. 950.000	Rp. 950.000
	Biaya Total	Rp. 1.092.000

Sumber biaya berdasarkan cok konveksi

4. Stiker

Pada bab ini membahas visualisasi desain media stiker sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa grounds. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media stiker.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.7 Bentuk Fisik Stiker

Media stiker ini memiliki ukuran panjang 8,5 cm x 2.5 cm.

b. Ilustrasi

Dalam desain stiker ini, ilustrasi yang ditampilkan dalam bentuk persegi panjang dan memiliki ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran segitigadan ornamen bali serta terdapat logo perusahaan.

c. Warna

menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna hijau pada daunnya dan warna yang digunakan oleh backgroundnya adalah warna kuning tua dengan opacity 20.

d. Teks

terdapat teks “Cocoa Grounds museum chocolate and lounge “ dan “bali” yang merupakan logo perusahaan.

e. Huruf dan Tipografi

Pada teks “Cocoa Grounds“ yang merupakan logo perusahaan menggunakan American typewriter sedangkan Sofia pada teks “museum chocolate and lounge”.

f. Bahan

Bahan yang digunakan untuk mencetak stiker yaitu kertas stiker.

g. Teknik Cetak

Untuk mewujudkan stiker, teknik cetak yang digunakan adalah teknik digital.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indicator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media stiker ini memiliki 3 alternatif desain . Desain stiker ini dipilih karena dibandingkan 2 alternatif desain lainnya, komposisi dalam penempatan ilustrasi dan teks lebih nyaman untuk dilihat oleh orang.



alternatif 1



alternatif 2



alternatif 3

4.4.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.8 Desain stiker terpilih

Nama Media : Stiker

Ukuran : panjang 8,5 cm x lebar 2,5 cm

Bahan : kertas stiker

Teknik : digital printing

4.4.4 Biaya Kreatif

Tabel 4.4 biaya kreatif desain stiker

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 75.000
Biaya Cetak	- Biaya cetak untuk 1 stiker Rp 5000 - Desain yang akan dicetak sebanyak 100 Rp. 5000 x 100 = Rp. 500.000	Rp. 500.000
	Biaya Total	Rp. 575.000

Sumber biaya berdasarkan niti mandala

5. notebook

Pada bab ini membahas visualisasi desain media notebook mempromosikan Cocoa Grounds. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media notebook.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.9 Bentuk Fisik notebook

Media notebook ini memiliki ukuran a5 panjang 21 cm dan lebar 14,8 cm dengan jumlah isi halaman 80 lembar yang akan dibuat menggunakan jilid spiral dan hard cover.

b. Ilustrasi

Dalam desain notebook ini, ilustrasi yang ditampilkan dalam bentuk persegi panjang dan di bagian sampul notebook terdapat ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran segitiga dan ornamen bali membentuk love atau jantung serta terdapat logo perusahaan, facebook dan instagram pada bagian sampung belakang pada notebook. Bagian isi pada notebook ini terdapat logo perusahaan yang terletak di bawah kiri.

c. Warna

menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna hijau pada daunnya dan warna yang digunakan oleh backgroundnya adalah warna kuning tua dengan opacity 20. Terdapat juga warna merah muda pada kata “love” untuk menonjolkan karakter dari kata itu sendiri.

d. Teks

Pada notebook terdapat teks “ all you need love and chocolate” pada cover depan. Pada bagian dalam atau isi dari notebook terdapat teks “ Cocoa Ground museum chocolate and lounge” yang juga merupakan logo perusahaan. Dan di cover belakang terdapat pengulangan teks yaitu “Cocoa Ground museum chocolate and lounge” yang juga merupakan logo perusahaan dan alamat website cocoa grounds yaitu www.cocoagrounds.com dan alamat facebook dan instagram “cocoagrounds”.

e. Huruf dan Tipografi

Pada cover depan terdapat teks “all you need love and chocolate” menggunakan huruf sofia. Teks “Cocoa Grounds“ yang merupakan logo perusahaan menggunakan American typewriter sedangkan Sofia pada teks “museum chocolate and lounge”. Pada alamat website dan alamat facebook instagram menggunakan huruf American typewriter.

f. Bahan

Bahan yang digunakan dalam notebook ini adalah hard cover untuk cover depan dan belakang dan bahan kertas hvs 80 gsm untuk bagian isi atau dalam notebook.

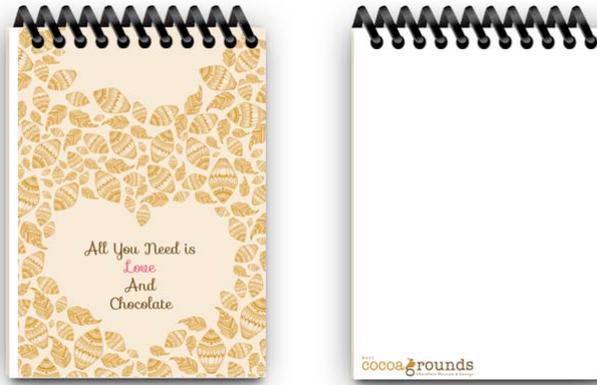
g. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan adalah hard cover digital dan jilid spiral.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indikator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media notebook ini memiliki 3 alternatif desain.

Desain notebook ini dipilih karena dibandingkan 2 alternatif desain lainnya, komposisi dalam penempatan ilustrasi dan teks lebih nyaman untuk dilihat oleh orang.



alternative 1



alternatif 2



alternatif 3

Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.10 Desain notebook terpilih

Nama Media : notebook

Ukuran : panjang 21 cm dan lebar 14,8 cm

Teknik : Digital printing

Biaya Kreatif

Tabel 4.6 biaya kreatif desain notebook

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 1.305.000
Biaya produksi	- Biaya cetak Rp 87.000/notebook - Desain yang akan dicetak sebanyak 100 Rp. 87.000 x 100 = Rp. 8.700.000	Rp. 8.700.000
	Biaya Total	Rp. 10.005.000

Sumber biaya berdasarkan eka print

6. Tote Bag

Pada bab ini membahas visualisasi desain media tote bag sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa Grounds. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media tote bag.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.11 Bentuk Fisik tote bag

Media tote bag ini memiliki ukuran 40x40 cm, dengan bahan kain drill kemudian di cetak sablon.

b. Ilustrasi

Dalam desain tote bag ini, ilustrasi yang ditampilkan pada halaman depan terdapat ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran segitiga dan ornamen bali membentuk love atau jantung serta terdapat logo perusahaan ditengahnya. Pada halaman belakang tote bag terdapat ilustrasi logo instagram dan facebook sebagai ikon alamat sosial media.

c. Warna

Menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna hijau pada daunnya dan warna putih sebagai warna dasar dari kain drill. Terdapat juga warna merah muda pada kata “love” untuk menonjolkan karakter dari kata itu sendiri.

d. Teks

Pada bagian depan terdapat teks “Cocoa Grounds museum chocolate and lounge “ dan “bali” yang merupakan logo perusahaan. Pada bagian belakang terdapat tagline “ all you need love and chocolate” dan teks “cocoa grounds” untuk alamat media sosial serta alamat website yaitu www.cocoagrounds.com.

e. Huruf dan Tipografi

Pada bagian depan terdapat teks “Cocoa Grounds” menggunakan huruf American typewriter, pada teks “ museum chocolate and lounge “ menggunakan huruf sofia dan “bali” menggunakan huruf STIXGeneral yang merupakan logo perusahaan. Pada bagian belakang tote bag terdapat tagline “all you need love and chocolate” dengan menggunakan huruf sofia. Dan nama alamat website, instagram dan facebook menggunakan huruf American typewriter.

f. Bahan

Pada Tote bag ini menggunakan bahan kain drill.

g. Teknik Cetak

teknik cetak yang digunakan untuk mewujudkan totebag yaitu teknik sablon.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indicator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media tote bag ini memiliki 3 alternatif desain. Desain notebook ini dipilih karena dibandingkan 2

alternatif desain lainnya, komposisi dalam penempatan ilustrasi dan teks lebih nyaman untuk dilihat oleh orang.



alternatif 1



alternatif 2



alternatif 3

Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.12 Desain tote bag yang terpilih

Nama Media : tote bag

Ukuran : panjang 40 cm dan lebar 40 cm

Teknik : cetak sablon

Biaya Kreatif

Tabel 4.6 biaya kreatif desain tote bag

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 1.200.000
Biaya produksi	- Biaya tas tote bag da sablon Rp. 80.000/ tote bag - Desain yang akan dicetak sebanyak 100 Rp. 80.000 x 100 = Rp. 8.000.000	Rp. 8.000.000
	Biaya Total	Rp. 9.200.000

Sumber biaya berdasarkan cok konveksi

7. Booklet

Pada bab ini membahas visualisasi desain media booklet sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa Grounds. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media booklet.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.13 Bentuk Fisik booklet

Media booklet ini memiliki ukuran 22 cm x 18 cm, dengan isi halaman berjumlah 32 halaman. Media booklet yang akan dibuat berjilid buku.

b. Ilustrasi

Dalam desain booklet ini, ilustrasi yang ditampilkan pada halaman depan terdapat ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran segitiga dan ornamen bali di samping sebelah kiri. Pada halaman belakang terdapat ilustrasi logo perusahaan dan alat web serta ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran segitiga dan ornamen bali. Serta terdapat foto –foto asli di museum coklat Cocoa Grounds.

c. Warna

Menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Dengan variasi antara warna kuning dengan warna coklat dari font dan background. Agar tidak bosan atau monoton jika dibaca.

d. Teks

Teks yang digunakan pada booklet adalah berisi tentang informasi tentang museum coklat di Cocoa grounds.

e. Huruf dan Tipografi

Pada bagian depan terdapat teks “Museum Chocolate” menggunakan huruf American typewriter, pada teks “ buku pintar tentang kakao “ menggunakan huruf sofia. Pada bagian belakang booklet terdapat logo perusahaan serta alamat website.

f. Bahan

bahan yang digunakan art paper 150 gsm untuk bagian isi dan 210 gsm untuk cover.

g. Teknik Cetak

teknik cetak yang digunakan untuk mewujudkan booklet yaitu teknik cetak offset dan jilid buku.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indicator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media booklet ini memiliki 3 alternatif desain dengan setiap halaman memiliki desain yang berbeda agar tidak membosankan untuk pembaca dan setiap halaman memiliki informasi mengenai museum chocolate Cocoa Grounds.

Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.14 Desain booklet terpilih

Nama Media : booklet

Ukuran : 22 cm x 18 cm

Bahan : artpaper 150 gsm untuk bagian isi dan 210 gsm untuk cover

Teknik : cetak offset dan jilid buku

Biaya Kreatif

Tabel 4.7 biaya kreatif desain booklet

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 900.000

Biaya produksi	- Biaya cetak Rp 30.000/booklet - Desain yang akan dicetak sebanyak 200 Rp. 30.000 x 200 = Rp. 6.000.000	Rp. 6.000.000
	Biaya Total	Rp. 6.900.000

Sumber biaya berdasarkan eka print

8. Website

Pada bab ini membahas visualisasi desain media websitei sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa Grounds. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media website.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Bentuk fisik dari media website ini adalah 1024 pixel x 768 pixel.

b. Ilustrasi

Dalam desain website ini, ilustrasi yang ditampilkan berupa foto situasi dan kondisi Cocoa Grounds dan ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran ornamen tribal dan ornamen mesir serta logo perusahaan.

c. Warna

Menggunakan warna yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna hijau pada daunnya dan warna putih sebagai warna dasar dari kain drill. Terdapat juga warna merah muda pada kata “love” untuk menonjolkan karakter dari kata itu sendiri.

d. Teks

Teks pada website ini berisikan tentang penjelasan masing-masing dari tentang perusahaan Cocoa grounds, penjelasan tentang museum coklat, penjelasan tentang lounge, penjelasan tentang tanggung jawab sosial tentang pohon kakao, penjelasan tentang event yang akan ada di Cocoa Grounds pada bulan februari 2015 dan penjelasan tentang alamat dan map untuk melihat keberadaan dari Cocoa Grounds.

e. Huruf dan Tipografi

Teks yang digunakan pada website adalah sofia dan American typewriter. Karena dari termasuk huruf yang sudah ditetapkan menjadi identitas perusahaan.

f. Bahan

Website di buat dengan script.html dan .php dengan style web menggunakan .css.

g. Teknik Cetak

Untuk mempublikasikan website ini dilakukan hosting website.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indikator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media website ini memiliki 3 alternatif desain. Desain wensite ini dipilih karena dibandingkan 2 alternatif desain lainnya, komposisi dalam penempatan ilustrasi dan teks ajakan lebih nyaman untuk dilihat oleh orang.



alternatif 1



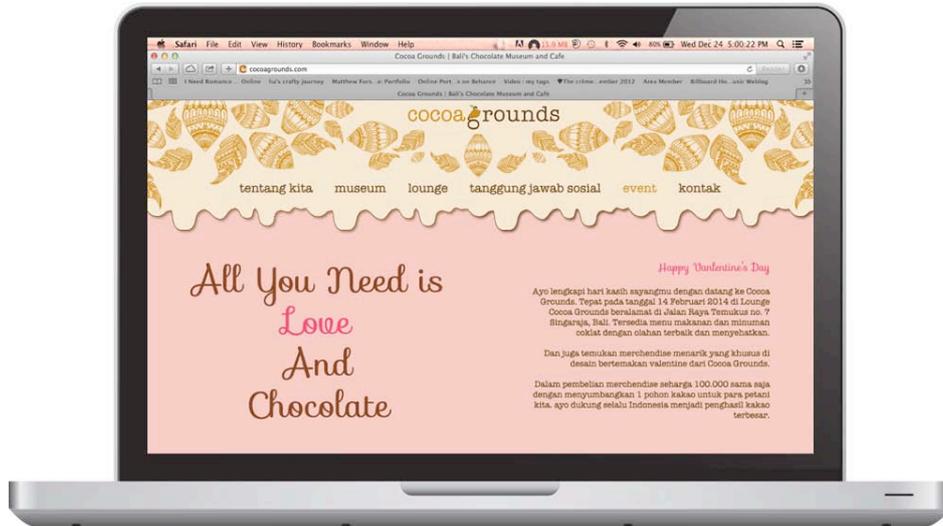
alternatif 2



alternatif 3

Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.15 Desain website yang terpilih

Nama Media : website
 Ukuran : 1024 pixel x 768 pixel
 Teknik : script .html dan .php

Biaya Kreatif

Tabel 4.8 biaya kreatif desain website

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain	15% dari total biaya produksi	Rp. 300.000
Biaya produksi	- Biaya pembuatan website Rp. 1.500.000 - Biaya hosting Rp. 500.000 Rp. 1.500.000 x 500.000 = Rp. 2.000.000	Rp. 2.000.000
	Biaya Total	Rp. 2.300.000

Sumber biaya berdasarkan Bali *Orange Communication*

9. Fanpage Facebook

Pada bab ini membahas visualisasi desain media fanpage facebook sebagai salah satu media komunikasi visual dalam mempromosikan Cocoa Grounds. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media fanpage facebook.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik

Media fanpage facebook ini berukuran 1024 pixel x 768 pixel.

b. Ilustrasi

Dalam desain facebook fanpage ilustrasi yang ditampilkan berupa foto situasi dan kondisi Cocoa Grounds dan ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran ornamen tribal dan ornamen mesir serta logo perusahaan.

c. Warna

Menggunakan yang mencerminkan buah kakao, coklat dan identitas Cocoa Grounds yaitu warna kuning tua dan coklat. Warna hijau pada daunnya dan warna putih sebagai warna dasar dari kain drill. Terdapat juga warna hitam untuk pada teks agar lebih jelas di baca.

d. Teks

Teks yang digunakan dalam berisikan tentang penjelasan masing-masing dari tentang perusahaan Cocoa grounds, penjelasan tentang museum coklat, penjelasan tentang lounge, penjelasan tentang tanggung jawab sosial tentang pohon kakao, penjelasan tentang event yang akan ada di Cocoa Grounds pada bulan februari 2015 dan penjelasan tentang alamat dan map untuk melihat keberadaan dari Cocoa Grounds.

e. Huruf dan Tipografi

Dalam stop motion jenis huruf yang digunakan adalah jenis huruf arial yang di print out dan dianimasikan stop motion agar penggambaran dari awal sampai akhir stop motion terlihat sama dalam pengerjaannya.

f. Bahan

Fanpage facebook dibuat dengan script.html dan .php dengan style web menggunakan .css.

g. Teknik Cetak

Untuk mempublikasikan website ini dilakukan hosting website.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indikator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih.



alternatif 1



alternatif 2



alternatif 3

Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.16 fanpage facebook yang terpilih

Nama Media : fanpage facebook

Ukuran : 1024 pixel x 768 pixel

Teknik : script .html dan .php

Biaya Kreatif

Pada fanpage facebook ini tidak membutuhkan biaya. Hanya saja cukup menjadi akun di sosial media facebook dengan mendaftarkan lewat email.

10. Katalog

Pada bab ini membahas visualisasi desain media katalog sebagai salah satu media komunikasi visual yang digunakan pada saat ujian tugas akhir. Berikut penjelasan unsur-unsur visual yang dapat dalam media gantungan kunci.

Unsur Visual Desain

a. Bentuk Fisik



Gambar 4.17 Bentuk Fisik katalog

Media katalog ini memiliki ukuran 17,5 cm x 15 cm, dengan 15 halaman media katalog ini art paper di jilid seperti buku.

b. Ilustrasi

Dalam desain katalog ini, ilustrasi buah kakao dan daun dengan ukiran ornamen tribal dan ornamen mesir serta logo perusahaan. Dan berupa dan logo isi Denpasar sebagai identitas dari tempat pelaksanaan tugas akhir, pada dalam katalog terdapat gambaran-gambaran media yang dibuat untuk mempromosikan Cocoa Grounds.

c. Warna

Pada cover menggunakan warna kuning dengan opacity 20. Dan font menggunakan warna coklat dan ilustrasi yang digunakan warna kuning. Pada katalog ini memiliki variasi warna pada background dan huruf agar tidak terlalu monoton atau kaku.

d. Teks

Pada katalog terdapat teks berupa judul karya, kata pengantar, latar belakang, jenis media yang dibuat dan biodata..

e. Huruf dan Tipografi

Desain media ini menggunakan jenis huruf American typewriter. Jenis huruf tersebut dikomposisikan menurut ukuran dan keseimbangan pada bidang katalog agar orang nyaman untuk melihat media tersebut.

f. Bahan

bahan yang digunakan pada sampul *artpaper* 210 gsm, sedangkan art paper 150 gsm.

g. Teknik Cetak

teknik cetak yang digunakan untuk mewujudkan katalog yaitu teknik cetak *digital printing*.

Kreatif Desain

Kreatif desain merupakan proses kreatif yang terdiri dari sket dan desain jadi, serta dinilai menggunakan indicator unsur-unsur desain dan bobot penilaian sebagai acuan dalam menentukan desain yang terpilih. Dalam prosesnya media katalog ini memiliki 3 alternatif desain.

Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain yang ada, desain yang terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.18 Desain katalog

Nama Media : katalog

Ukuran : 17,5 cm x 15 cm

Bahan : *Artpaper* 210 gsm dan *artpaper* 150 gsm

Teknik : *digital printing*

Biaya Kreatif

Tabel 4.10 biaya kreatif desain katalog

Nama Biaya	Harga	Jumlah
Biaya Desain		

Biaya produksi	- Biaya cetak untuk 1 katalog Rp.16.000 - Desain yang akan dicetak sebanyak 5 Rp. 16.000 x 5 = Rp. 80.000	Rp. 80.000
	Biaya Total	Rp. 80.000

Sumber biaya berdasarkan Cahya Printing

Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian bab - bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan dari Tugas Akhir Studio, sebagai berikut:

- 1) Melalui media komunikasi visual sebagai sarana promosi Cocos Grounds di Temukus, Kecamatan Banjar, Singaraja, maka dipilihlah media - media yang efektif dan komunikatif dalam membantu mempromosikan kepada target audiens. Media-media yang dipilih tersebut yaitu: papan nama. Menu makanan, polo shirt, notebook, stiker, tote bag, booklet, fan page facebook, desain web dan katalog.
- 2) Dalam mendesain media komunikasi visual untuk mempromosikan Cocoa Grounds proses awal yang dilakukan adalah observasi, menganalisa data, membuat konsep, menentukan media yang akan dibuat dan pembuatan desain. Proses observasi dilakukan untuk mencari data yang diperlukan. Nantinya setelah data didapatkan, data tersebutlah yang akan dianalisis untuk mendapatkan konsep dan media komunikasi yang akan dibuat. Konsep yang akan digunakan dalam pembuatan media komunikasi visual ini adalah “Nuansa Aztec dan Bali Yang Dikemas Secara Modern”. Konsep ini diambil berdasarkan awal mulanya coklat ditemukan di suku Aztec dan Cocoa Grounds berada di Temukus, Singaraja, Bali. Aztec adalah kelompok etnis nomaden yang tinggal di Meksiko tengah. Dengan kemegahan ibu kota mereka, Tenochtitlan, Suku Aztec menjadi kekuatan dominan di daerah Meksiko Tengah yang membuat beberapa wilayah Negara berada di bawah kendali mereka pada abad ke – 15. Dikarenakan wilayah mereka memiliki musim kering, maka Aztec menjadi suplai biji kakao dari perdagangan maupun upeti karena pohon kakao tumbuh subur di wilayah suku Aztec. Dari

konsep tersebut selanjutnya dibuatkan media-media komunikasi visual yang dapat membantu dalam mempromosikan Cocoa Grounds di Temukus, Singaraja.

Saran

Berdasarkan perancangan media komunikasi visual untuk mempromosikan Cocoa Grounds di Temukus, Kecamatan Banjar, Singaraja, adapun saran yang ingin disampaikan yaitu dalam merancang media komunikasi visual untuk mempromosikan Cocoa Grounds dan desainer dapat bekerjasama dengan baik sehingga hasil yang diinginkan dan diharapkan dapat terwujud. Media komunikasi visual yang sudah dibuat dapat digunakan secara maksimal untuk mewujudkan apa yang diinginkan dan diharapkan yaitu Cocoa Grounds diketahui dan lebih banyak pengunjung yang datang terutama oleh masyarakat Denpasar terutama dewasa tengah.