

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN MEDIA INFORMASI BATIK SASAMBO DI KOTA MATARAM” ini. Maksud dari penulisan laporan ini dibuat untuk memenuhi syarat ujian siding sarjana desain pada program studi desain komunikasi visual dan juga sebagai syarat kelulusan.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa selama pembuatan laporan tugas akhir ini penulis memiliki banyak kekurangan, sehingga dengan segala rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak kepada penulis dalam proses pengerjaan tugas akhir hingga pembuatan laporan tugas akhir ini selesai. Adapun rasa terima kasih yang penulis ingin ucapkan kepada :

1. Kepada Allah S.W.T. atas segala rahmat, nikmat dan ridhonya sehingga penulis diberi kesempatan dan dimudahkan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
2. Kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang selalu menjadi panutan penulis.
3. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi.
4. Bapak Bambang Melga Suprayoga, S.Sn selaku pembimbing.
5. Segenap dosen DKV *Telkom Creative Industries School* (STISI TELKOM) yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama dibangku kuliah.
6. Yoni Hardiyanti Oktavia yang selalu memberikan bantuan, saran, dan semangat.
7. Kepada para sahabat-sahabat saya Dani Aulia Putra, Angga Indrawan Fauzi, Dwi Rendra Graha AP, dan Faisal Habibie yang selalu membantu dan memberikan masukan kepada penulis.

8. Teman-teman satu perwalian.
9. Kepada semua teman-teman DKV STISI angkatan 2010 khususnya jurusan *Advertising*.

Akhir kata penulis ingin mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya karena penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam penulisan laporan ini serta atas kata-kata yang kurang berkenan dihati. Namun penulis berharap semoga laporan sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama kepada mahasiswa/i Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom.

Bandung, Juli 2014

Andre Wibowo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.3.1 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Metode Pengumpulan Data	6
1.7 Metode Penelitian	8
1.8 Kerangka Perancangan	8
1.9 Sistematika Penulisan	10
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Definisi Media, Informasi dan Media Informasi	11
2.1.1 Definisi Media	11
2.1.2 Definisi Informasi	12
2.1.3 Media Informasi	12
2.2 Definisi Komunikasi	12
2.2.1 Model-Model Komunikasi	13
2.2.2 Konteks Komunikasi	16
2.2.3 Tujuan Komunikasi	18

2.2.4 Media Komunikasi	19
2.3 Definisi Promosi	21
2.3.1 Fungsi Promosi	21
2.3.2 Tujuan Promosi	22
2.3.3 Bauran Promosi	23
2.3.4 Tahapan Pelaksanaan Promosi	27
2.4 Definisi Buku	29
2.4.1 Struktur dan Anatomi Buku	29
2.4.2 Jenis-Jenis Buku.....	30
2.5 Definisi Desain Komunikasi Visual	30
2.5.1 Definisi <i>Layout</i>	31
2.5.1.1 Tipografi Dalam Layout	31
2.5.1.2 Elemen <i>Layout</i>	33
2.5.1.3 <i>Invisible</i> Elemen	37
2.5.1.4 Prinsip <i>Layout</i>	38
2.5.2 Definisi Tipografi	40
2.5.2.1 Jenis-Jenis Gaya Tipografi	41
2.5.3 Definisi Ilustrasi	44
2.5.4 Definisi Fotografi	45
2.5.4.1 Teknik Fotografi	46
2.5.5 Definisi Logo	48
2.5.5.1 Jenis Elemen Logo	49
2.5.5.2 Klasifikasi Bentuk Logo	50
2.5.6 Definisi Warna	50
2.5.6.1 Psikologi Warna	50
2.6 AISAS	53

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data Institusi	56
3.2 Data Produk	58
3.2.1 Definisi Batik	58
3.2.1.1 Jenis-Jenis Batik	59

3.2.2 Batik Sasambo	60
3.2.2.1 Jenis-Jenis Batik Sasambo	61
3.2.2.2 Pengembangan Batik Sasambo	65
3.3 Data Khalayak	66
3.4 Data Proyek Sejenis	66
3.5 Data Hasil Observasi, Wawancara, dan Kuesioner	67
3.6 Analisis	71
3.6.1 Analisis AIO	71
3.6.2 Analisis Perbandingan.....	73
3.6.3 Analisis 5W + 1H	73
3.6.4 Analisis SWOT	74
3.6.5 Hipotesa	76
3.7 Gagasan Awal	77
3.7.1 Tema.....	77
3.7.2 Rumusan Desain	78

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Konsep Perancangan	80
4.2 Konsep Pesan	80
4.3 Konsep Kreatif	81
4.3.1 Analisis 5W + 1H	81
4.3.2 Metode AISAS	82
4.3.3 Strategi <i>Timeline</i> Media Informasi	82
4.4 Strategi Media	83
4.4.1 Media Yang Digunakan	83
4.4.2 Perencanaan Media	84
4.5 Strategi Visual	86
4.5.1 Konsep Jenis Huruf	86
4.5.2 Konsep Bentuk	87
4.5.3 Konsep Warna	90
4.5.4 Konsep Gaya Visual	92
4.6 Konsep Bisnis	94

4.7 Hasil Perancangan	95
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Linear	14
Gambar 2.2 Kupu-Kupu	39
Gambar 2.3 Jam Pasir	39
Gambar 2.4 Huruf Klasik (<i>Garamond</i>)	41
Gambar 2.5 <i>Baskerville</i>	42
Gambar 2.6 <i>Century</i>	42
Gambar 2.7 <i>Bodoni</i>	43
Gambar 2.8 <i>Arial</i>	43
Gambar 2.9 <i>Rockwell</i>	43
Gambar 2.10 <i>Script MT Bold</i>	44
Gambar 2.11 <i>Curlz MT</i>	44
Gambar 2.12 Pemandangan dibuat dengan tehnik fotografi	45
Gambar 2.13 AISAS MODEL	53
Gambar 3.1 Batik Sasambo di Lombok Motif Peperangan	61
Gambar 3.2 Batik Sasambo di Sumbawa Motif Kemang Setange	63
Gambar 3.3 Batik Sasambo di Bima Motif Suri Kakando	64
Gambar 3.4 Pegawai yang tidak menggunakan Batik Sasambo	67
Gambar 3.5 Grafik Pengguna Batik	70
Gambar 4.1 <i>Font Monotype Corsiva</i>	86
Gambar 4.2 <i>Font Century Gothic</i>	87
Gambar 4.3 <i>Font Calibri</i>	87
Gambar 4.4 Motif Batik Sasambo	88
Gambar 4.5 Penyederhanaan Bentuk	88
Gambar 4.6 Sketsa logo	89
Gambar 4.7 Logo Sasambo	89
Gambar 4.8 Warna <i>Orange</i>	90
Gambar 4.9 Warna Kuning	90
Gambar 4.10 Warna Cokelat	91
Gambar 4.11 Warna Hitam	91

Gambar 4.12 Warna Putih	92
Gambar 4.13 Studi Visual	93
Gambar 4.14 Studi Visual	93
Gambar 4.15 Studi Visual	93
Gambar 4.16 Visual Karya	94
Gambar 4.17 Buku	95
Gambar 4.18 Buku Hal 1-2	95
Gambar 4.19 Buku Hal 3-4	96
Gambar 4.20 Buku Hal 5-6	96
Gambar 4.21 <i>Billboard</i>	97
Gambar 4.22 Poster	98
Gambar 4.23 <i>Flyer</i>	99
Gambar 4.24 Iklan Koran.....	100
Gambar 4.25 Iklan Majalah.....	100
Gambar 4.26 <i>Web Banner</i>	101
Gambar 4.27 <i>X-Banner</i>	102
Gambar 4.28 Media Sosial	102
Gambar 4.29 <i>Website</i>	103
Gambar 4.30 Pembatas Buku	104
Gambar 4.31 <i>Packaging</i>	104
Gambar 4.32 <i>Wobbler</i>	105

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Perancangan	8
--------------------------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Komponen dimensi gaya hidup	71
Tabel 3.2 Tabel analisis SWOT	75
Tabel 4.1 Tabel Konsep Pesan	80
Table 4.2 Tabel Metode AISAS	82
Table 4.3 Tabel Strategi <i>Timeline</i> Media Informasi	82