



Arty 9 (2) 2020

Arty: Jurnal Seni Rupa

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/artly>

ADVERTISING DESIGN FOR ACCESS STUDIO

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI STUDIO DESAIN ARSITEKTUR ACCESS ARCHITECT

Ahmad Abzal Aziz[✉], Wandah Wibawanto

Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Maret 2020

Disetujui April 2020

Dipublikasikan Juli 2020

Keywords:

**Media Promosi, Arsitek,
Access Architect**

Abstrak

Access Architect adalah studio desain arsitektur di kota Semarang yang berdiri pada 2016 silam. Sebagai perusahaan yang masih tergolong baru, Access Architect menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan yang telah bergerak di bidang ini sebelumnya. Namun Access Architect belum memiliki media promosi dengan standarisasi visual yang mendukung untuk membangun dan meningkatkan citra perusahaan. Disisi lain adanya media promosi dirasa penting karena langsung berhubungan dengan klien serta mengingat Access Architect sebagai perusahaan yang masih tergolong baru. Perancangan media promosi yang dibuat untuk Access Architect ini meliputi company profile dan katalog portofolio, aplikasi corporate identity, video animasi, serta slider website. Proses pembuatan dilakukan dengan teknik manual dan digital dengan menggunakan aplikasi Corel Draw dan Adobe After Effects. Proses perancangan media promosi ini melalui beberapa tahapan proses berkarya yaitu proses preliminary, proses pra produksi, proses produksi, dan proses pasca produksi. Dengan adanya perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu mengenalkan Access Architect di masyarakat, memperluas area pemasaran, serta meningkatkan citra perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitor.

Abstract

Access Architect is an architectural design studio in Semarang, which was founded in 2016. As a company that is still relatively new, Access Architect faces competition from companies that have been engaged in this field before. But there is no promotional media with visual standardization that supports building and enhancing company image. On the other hand, the presence of promotional media is important because it directly relates to clients and remembers Access Architect as a company that is still relatively new. The design of promotional media created for Access Architect includes company profile and portfolio catalog, corporate identity applications, animated videos, and slider website. The manufacturing process is done by manual and digital techniques using Corel Draw and Adobe After Effects applications. The process of designing this promotional media goes through several stages of the work process, namely the preliminary process, pre-production process, the production process, and the post-production process. With the design of promotional media it is expected to help introduce Access Architect in the community, expand the marketing area, and improve the image of the company in order to compete with the competitors.

© 2020 Universitas Negeri Semarang

ISSN 2252-7516

E-ISSN 2721-8961

Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

Email : Absal.aziz@student.unnes.ac.id

PENDAHULUAN

Dalam pesatnya perkembangan dunia bisnis seperti sekarang ini membuat kian bertumbuh-nya persaingan pasar yang semakin kompetitif. Setiap pelaku usaha selalu melakukan berbagai cara untuk menarik minat konsumen sehingga dapat memenangkan kompetisi pasar. Kegiatan promosi merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk menginformasikan barang/jasa kepada masyarakat, serta untuk meningkatkan angka penjualan.

Access Architect adalah studio desain arsitektur di kota Semarang yang didirikan pada 2016 silam. Sebagai perusahaan yang masih tergolong baru, Access Architect menghadapi persaingan dengan perusahaan-perusahaan yang telah bergerak di bidang ini sebelumnya. Namun, belum terdapat adanya media promosi guna mengenalkan dan meningkatkan area pemasaran Access Architect di masyarakat. Karya proyek studi ini dibuat dengan tujuan untuk menghasilkan media promosi yang diharapkan dapat membantu mengenalkan Access Architect di masyarakat, memperluas area pemasaran, serta meningkatkan citra perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitor.

Sesuai dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002:219), Kotler dan Armstrong (2004:600), Saladin (2003:172) Lupiyoadi (2001:108) dan Nugrahani (2018), promosi dinilai penting karena merupakan sebuah bentuk aktivitas pemasaran yang berupa kombinasi dari periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk

mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan serta untuk memenangkan persaingan pasar.

Beberapa aktivitas yang dilakukan Access Architect untuk terhubung dengan klien antara lain seperti pengiriman dokumen, melakukan tatap muka dengan klien, dan presentasi. Seringkali calon klien bertanya terkait kelengkapan seperti *company profile* atau katalog untuk melihat proyek-proyek yang sudah dikerjakan, namun karena Access Architect belum memiliki media tersebut maka permintaan klien tersebut belum dapat terpenuhi. Hal ini dapat mengurangi tingkat kepercayaan calon klien.

Access Architect sudah memiliki identitas visual berupa logo dan kartu nama, namun belum mempunyai media promosi dengan standarisasi visual yang mendukung untuk membangun citra perusahaan. Mengingat media promosi merupakan media yang langsung berhubungan dengan klien, serta keberadaan Access Architect sebagai perusahaan yang masih tergolong baru, maka dengan adanya media promosi yang representatif dan tepat sasaran akan sangat membantu guna mempromosikan dan membangun citra Access Architect di masyarakat.

METODE BERKARYA

Alat yang digunakan dalam membuat perancangan media promosi studio desain arsitektur Access Architect terdiri dari alat gambar manual yaitu pensil, penghapus, dan penggaris digunakan pada tahap awal perancangan untuk membuat gambar sketsa serta proses mengeksplorasi konsep.

Perangkat keras (*hardware*) terdiri dari *laptop* yang di dalamnya berisikan perangkat lunak (*software*), digunakan untuk mengolah rancangan yang telah dibuat pada proses gambar manual. Tetikus (*mouse*) digunakan untuk mempermudah proses pembuatan perancangan. *Flashdisk* digunakan untuk penyimpanan data.

Bahan yang digunakan meliputi bahan kertas untuk membuat sket awal serta sebagai media hasil cetak dari desain yang telah dibuat dengan jenis kertas HVS, CTS, dan *ivory*. Tinta cetak warna CMYK digunakan untuk mencetak hasil rancangan. Teknik cetak digital media kain digunakan pada media seperti kaos dan *totebag*. Teknik cetak dengan tinta sublim digunakan pada media *mug*.

Proses berkarya yang dilakukan dalam perancangan media promosi studio desain arsitektur Access Architect ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu proses *preliminary* yang meliputi riset, menentukan tujuan perancangan, serta menentukan konsep dan strategi perancangan. Dilanjutkan dengan proses pra-produksi yang meliputi pengumpulan sumber data dan pembuatan rancangan sket dasar. Setelah itu proses produksi yang meliputi pengembangan dan pembuatan desain secara digital, melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing dan persetujuan klien, serta pencetakan. Proses terakhir adalah proses pasca-produksi, meliputi persiapan pameran dan pelaksanaan pameran.

ANALISIS KARYA

Slogan

SELALU ADA ACCESS SELALU ADA

SELALU ADA AKSES, AKSES SELALU ADA

Spesifikasi Karya

Judul	: Slogan Access Architect
Media	: Gambar <i>vector</i> digital
Software	: Corel Drawi X7
Tahun	: 2018

Deskripsi Karya

Slogan Access Architect yang dibuat dengan teknik *vector* menggunakan aplikasi Corel Draw X7. Slogan yang digunakan bertuliskan “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada” Terdapat 2 versi slogan, versi pertama yaitu kata “Akses” dalam slogan menggunakan logo Access Architect. Versi kedua ditulis seluruhnya dengan jenis huruf DIN-Pro.

Analisis Karya

Slogan sebagaimana yang diungkapkan oleh Alwi (2003:108), Sukini (2005:162) dan Pardjimin (2005:33) merupakan bentuk penyampaian informasi atau pemberitahuan berupa kalimat yang disusun sedemikian rupa sehingga mudah diingat dan dapat memikat dan menarik perhatian pembacanya. Tujuannya adalah untuk menegaskan sebuah pemikiran/prinsip serta menginformasikan suatu hal. Berdasarkan penjelasan tersebut, pada perancangan media promosi ini digunakan slogan “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada”

Konsep slogan ini berdasarkan dari visi Access Architect, yaitu hadir untuk memberikan solusi dari setiap permasalahan

desain arsitektur dan interior. Berdasarkan visi tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila masyarakat kesulitan atau menemui kendala dalam hal desain arsitektur dan interior, Access Architect siap sedia untuk hadir memberikan solusi. Apabila dipersingkat maka Access Architect “selalu ada” untuk memberikan solusi untuk permasalahan desain arsitektur dan interior. Kata “selalu ada” ini lalu digabungkan dengan nama perusahaan, yaitu “Access Architect”.

Kata “Access” sendiri apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti “akses” atau “jalan masuk”, sehingga saat digabungkan dalam satu kalimat menjadi “Selalu Ada Akses” yang apabila diartikan adalah “selalu ada jalan”. Seperti yang disampaikan oleh Laksono (2008:141), bahwa dalam penulisan slogan terdapat kriteria yang perlu diperhatikan, yaitu (1) Merupakan hal baru, tidak biasa, dan unik. (2) Dapat menggunakan permainan bunyi dalam kata atau rima. Kalimat “Selalu Ada Akses” apabila diubah susunan kalimatnya dapat menjadi “Akses Selalu Ada” yang jika diartikan adalah “jalan selalu ada”. Apabila 2 kalimat ini digabungkan maka menjadi “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada”. Gabungan kalimat ini menghasilkan satu kalimat yang unik memanfaatkan permainan 2 susunan kalimat yang berbeda namun apabila diartikan maknanya tetap sama.

Rangkaian kalimat pendek dan unik yang digunakan sebagai slogan ini diharapkan mudah melekat dan diingat di benak masyarakat, sehingga apabila melihat/mendengar slogan ini akan langsung teringat pada Access Architect.

Ilustrasi



Spesifikasi Karya

Judul : Ilustrasi Access Architect
Media : Gambar *vector* digital
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

Deskripsi

Karya

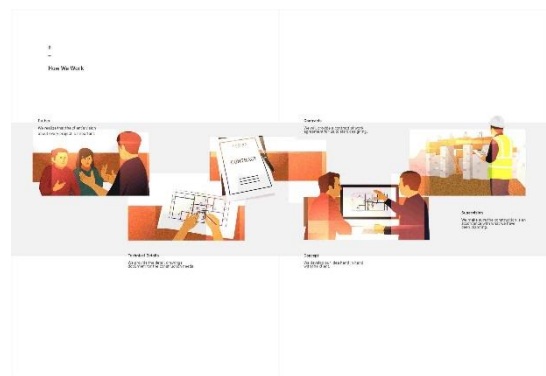
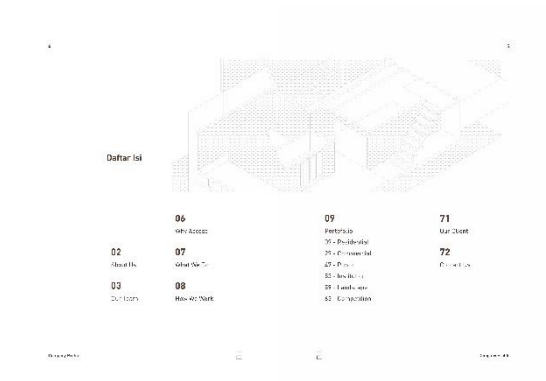
Ilustrasi digital yang dibuat dengan teknik *vector* menggunakan aplikasi Corel Deaw X7. Ilustrasi utama dengan tema “selalu ada” berjumlah 6 karya. Selanjutnya terdapat 6 karya

ilustrasi untuk “*portofolio*”, 5 karya ilustrasi “*how we work*”, dan 1 karya ilustrasi “*contact us*”

Analisis Karya

Karya ilustrasi ini yang mengacu pada masing-masing tema yang diangkat dengan penggambaran yang disederhanakan. Penggunaan bentuk-bentuk yang tidak rumit memberikan kesan yang simpel, dipadukan dengan kombinasi warna yang *colorful* namun tetap terlihat dewasa. Garis-garis cahaya yang mengotak dan tekstur *noise* yang diterapkan menjadikan suatu ciri khas tersendiri. Karya ilustrasi ini berfungsi sebagai penjelas mengenai informasi terkait tentang perusahaan. Konsep desain dibuat simpel, modern, dan profesional sehingga dapat menyesuaikan dengan citra yang ingin dibentuk perusahaan.

Company Profile dan Katalog Portofolio





Residential
Furniture



Public
Furniture



Company Profile



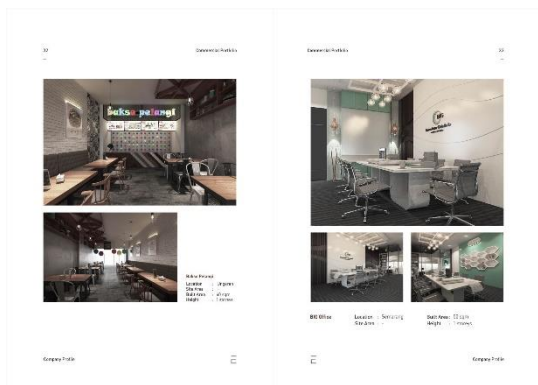
Company Profile



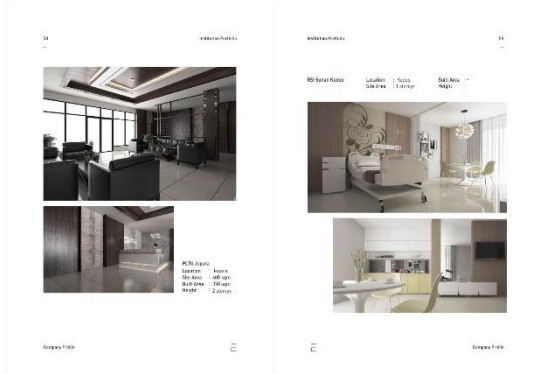
Public
Furniture



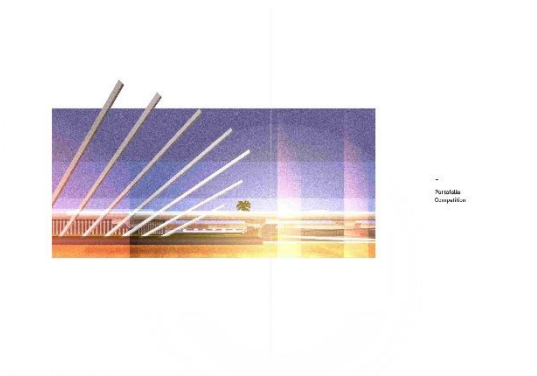
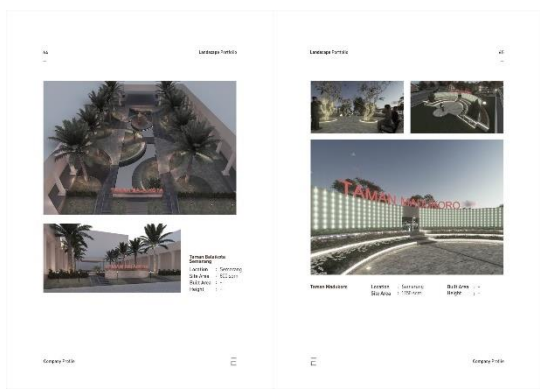
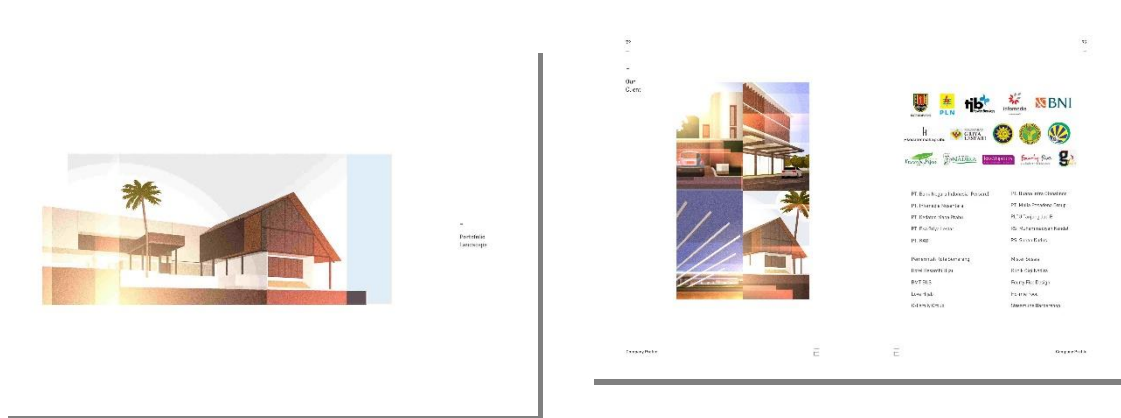
Public
Furniture



Company Profile



Company Profile



Spesifikasi Karya

Judul	: <i>Company profile</i> dan katalog portofolio Access Architect
Media	: 1. Cetak digital pada kertas <i>ivory</i> 230 gr dan 20 gr 2. <i>File .pdf</i>
Ukuran	: 18 cm x 25 cm
Jumlah halaman	: 72 halaman
Software	: Corel Draw X7
Tahun	: 2018

Deskripsi Karya

Media *company profile* dan katalog portofolio yang dibuat dalam bentuk buku *portrait* berukuran 18 cm x 25 cm. Total halaman berjumlah 72 halaman dengan menggunakan bahan kertas *ivory* 230 gr dan

260 gr. Seluruh halaman dicetak berwarna dengan proses *digital printing*. Pada bagian sampul depan menampilkan ilustrasi *vector* yang menggambarkan kegiatan kerja Access Architect. Terdapat slogan “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada”, logo Access Architect, serta teks keterangan *company profile*. Sementara pada sampul belakang menampilkan logo Access Architect.

Bagian isi terdiri dari halaman *About Us, Our Team, Daftar Isi, Why Access, How We Work, Portofolio, Our Client, dan Contact Us*. Untuk halaman Portofolio dibedakan menjadi 6 jenis, yaitu *Residential, Commercial, Public, Institution, Landscape, dan Competition*. Pada masing-masing halaman terdapat ilustrasi *vector* sesuai dengan konten dari halaman.

ANALISIS KARYA

Media promosi *company profile* dan katalog portofolio ini terdiri dari bagian sampul depan (*cover*), sampul belakang (*back cover*), dan halaman isi. Fungsi utama dari media ini adalah sebagai penyampai informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Prinsip kesatuan dalam karya ini terlihat dari penataan unsur-unsur yang ditampilkan baik teks ataupun gambar yang proporsional dan menyatu antara satu dengan yang lain. Adanya keserasian terlihat dari penataan berbagai unsur-unsur yang meski berbeda ukurannya namun dapat mencapai keterpaduan. Prinsip dominasi dihadirkan dari adanya perbedaan ukuran pada suatu susunan, sehingga memunculkan bagian yang menjadi pusat perhatian (*center of interest*).

Penggunaan keseimbangan asimetris dapat dilihat dari unsur-unsur yang meski tidak sama antara kiri dan kanan, namun tetap dalam keadaan seimbang dan tidak berat sebelah. Prinsip kesebandingan ditunjukkan dari ukuran antar elemen yang saling bertautan. Prinsip kesederhanaan dapat dilihat dari tampilan layout yang simpel dan tidak berlebihan, serta hanya menggunakan satu jenis huruf (*font*). Selain itu, pemilihan jenis huruf (*font*), warna, serta gambar yang jelas menunjukkan adanya penerapan prinsip kejelasan.

Corporate Identity

Seragam



Spesifikasi Karya

Judul	: Seragam Access Architect
Media	: Kaos polo
Ukuran	: M, L, XL
Software	: Corel Draw X7
Tahun	: 2018

Deskripsi Karya

Seragam tim Access Architect untuk digunakan dalam kegiatan terkait dengan perusahaan. Seragam tersedia dalam ukuran M, L, dan XL. Warna cokelat tua digunakan sebagai warna dasar seragam. Pada bagian depan, terdapat logo Access Architect pada dada bagian kiri,

sementara pada bagian dada sebelah kanan terdapat alamat website Access Architect. Terdapat pula ilustrasi outline vector yang ditempatkan pada bagian tengah seragam. Pada bagian belakang, terdapat slogan “Selalu Ada Access, Access Selalu Ada”.

Analisis Karya

Warna dasar coklat tua yang digunakan sesuai dengan warna identitas perusahaan. Penempatan logo dan alamat website pada bagian depan serta tagline pada bagian belakang merupakan penerapan prinsip penekanan atau emphasis. Elemen visual berupa ilustrasi outline vector yang ditempatkan pada bagian depan juga dapat menjadi point of interest. Seragam ini memuat pesan informatif karena berisi logo perusahaan sehingga memberikan kesan formal dan profesional. Selain itu, saat tim Access Architect menggunakannya, maka seragam ini dapat menjadi media promosi berjalan sehingga secara tidak langsung nama perusahaan akan dikenal lebih luas.

ID Card



Spesifikasi Karya

Judul : *ID Card Access Architect*
Media : Cetak digital pada kertas PVC
Ukuran : 5,5 cm x 9 cm
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

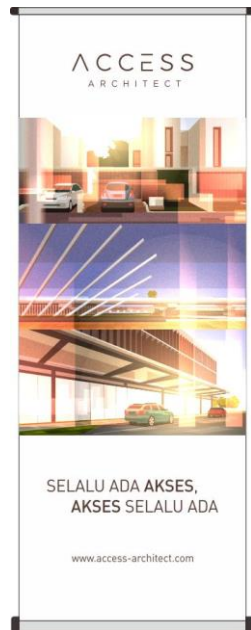
I

ID card dengan bahan kertas PVC, berbentuk persegi panjang berukuran 5,5 cm x 9 cm. Warna yang digunakan pada *ID card* ini adalah putih dikombinasi dengan coklat tua. Pada bagian atas terdapat keterangan berupa logo Access Architect. Pada bagian tengah terdapat area untuk tempat pas foto tim Access Architect. Sementara pada bagian bawah terdapat keterangan berupa nama dan posisi tim di perusahaan. Terdapat pula elemen ilustrasi *outline vector* yang ditempatkan pada bagian *ID card* berwarna putih.

Analisis Karya

Adanya informasi seperti nama perusahaan, foto tim, serta nama dan posisi tim di perusahaan membuat *ID card* ini berfungsi sebagai identitas yang memuat pesan informatif. Selain dapat meningkatkan kesan formal, *ID card* juga dapat menjadi media promosi ketika tim Access Architect melakukan kegiatan di luar perusahaan.

Banner



Spesifikasi Karya

Judul : *Banner Access Architect*
Media : *Albatros Matte 180g*
Ukuran : 60 cm x 160 cm
Software : *Corel Draw X7*
Tahun : 2018

Deskripsi

Karya

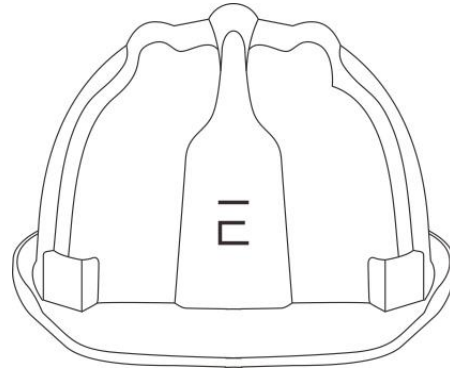
Banner dibuat dengan ukuran 160 x 60 cm menggunakan bahan *albatros matte* 180gr. Warna putih digunakan sebagai warna dasar dengan elemen visual yang ditampilkan berupa ilustrasi *vector*. Terdapat pula elemen informasi berupa logo, slogan, dan alamat *website* perusahaan.

Analisis Karya

Banner merupakan salah satu media yang dapat digunakan sebagai sarana promosi, penyampai informasi, serta identitas perusahaan. Dalam hal ini

ditujukan pada saat Access Architect mengikuti kegiatan seperti *event/pameran*. Elemen visual berupa gambar ilustrasi dan elemen informasi berupa logo, slogan, dan alamat *website* yang ditampilkan berperan untuk memberikan gambaran dan informasi.

5.4 Helm Keamanan



Spesifikasi Karya

Judul : Helm keamanan Access Architect
Media : Helm keamanan/*safety helmet*
Software : *Corel Draw X7*
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Helm keamanan untuk tim yang dapat digunakan dalam kegiatan lapangan. Menggunakan warna putih dan terdapat elemen grafis berupa logo Access Architect dengan warna hitam di bagian depan helm.

Analisis Karya

Helm keamanan/*safety helmet* merupakan perangkat penting ketika melakukan aktivitas atau kegiatan lapangan. Adanya helm keamanan dengan mencantumkan informasi terkait perusahaan dapat menjadi sarana identifikasi serta identitas perusahaan.

Livery Kendaraan



Spesifikasi Karya

Judul : Livery kendaraan Access Architect
Media : Cutting sticker dan wrap sticker
transparan
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Livery identitas perusahaan yang diaplikasikan pada media kendaraan berjenis mobil angkutan tanpa kaca samping dan belakang (*panel van*). Warna dasar yang digunakan pada keseluruhan bagian mobil adalah warna putih. Pada bagian depan terdapat alamat *website* yang ditempatkan pada kaca bagian atas, serta logo Access Architect yang ditempatkan pada bagian panel *body* depan. Pada bagian samping terdapat logo Access Architect dan ilustrasi *outline vector*.

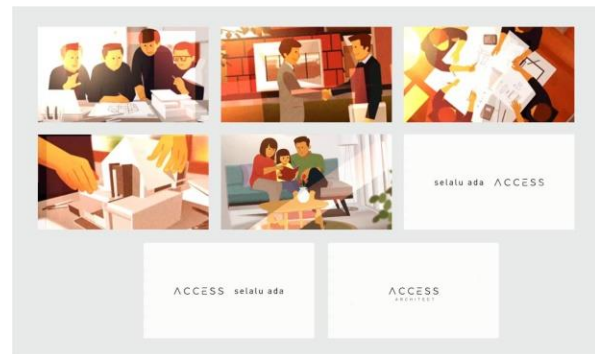
Pada bagian belakang terdapat slogan “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada” yang ditempatkan pada bagian kaca. Media yang digunakan dalam pengaplikasian media livery ini adalah dengan menggunakan *cutting sticker* untuk logo dan *wrap sticker*

transparan untuk gambar ilustrasi *outline vector*.

Analisis Karya

Sebagai kendaraan yang digunakan untuk sarana transportasi perusahaan, adanya *livery* perusahaan yang menempel pada *body* mobil dapat menjadi pembawa pesan informatif sebagai media promosi berjalan dimana informasi dan jasa yang ditawarkan perusahaan dapat dilihat khalayak luas pada saat kendaraan ini berkeliling, sehingga secara tidak langsung nama perusahaan akan dikenal lebih luas.

Video Animasi



Spesifikasi Karya

Judul : Video animasi Access Architect
Media : Media *online* (*website*, Youtube, Facebook, Instagram)
Software : Corel Draw X7, Adobe After Effect
Durasi : 35 detik
Resolusi : 1280 x 720 px
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Video animasi 2D berdurasi 35 detik beresolusi 1280 px x 720 px. Tema yang diangkat sesuai dengan slogan Access Architect, yaitu “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada”. Pembuatan ilustrasi

dilakukan dengan menggunakan *software* Corel Draw X7, sementara proses animasi dan penambahan audio dilakukan dengan Adobe After Effect.

Analisis Karya

Merupakan format animasi dari ilustrasi dengan tema “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada”. Dengan bentuk animasi, tampilan ilustrasi yang dibuat terlihat lebih atraktif dan lebih hidup melalui adanya gerakan-gerakan serta audio yang berpadu dalam satu kesatuan sehingga proses penyampaian pesan lebih menarik.

Peruntukan video animasi yang ditujukan untuk media *online* memudahkan video untuk dapat disesuaikan dengan format dari media yang akan digunakan, sehingga bersifat fleksibel untuk diunggah ke *website* dan beragam sosial media. Selain itu, media *online* memberi kemudahan akses dan memiliki jangkauan yang lebih luas sehingga memiliki kemungkinan untuk dilihat banyak pengguna internet.

Karya video animasi ini dibuat untuk menarik perhatian dan meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terkait jasa yang ditawarkan oleh Access Architect. Pesan “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada” yang diangkat membuat video ini bersifat informatif



Spesifikasi Karya

Judul : Gambar ilustrasi *slider web* Access Architect

Media : *Website*

Software : Corel Draw X7

Tahun : 2018

Deskripsi Karya

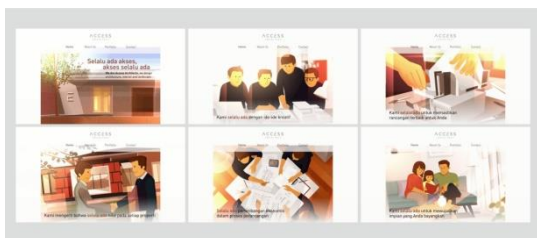
6 buah gambar ilustrasi untuk diaplikasikan pada *slider website* dengan tema sesuai dengan slogan Access Architect, yaitu “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada”.

Analisis Karya

Karya *slider web* dengan tema “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada” ditujukan untuk menarik perhatian sekaligus penyampai informasi kepada pengunjung yang mengakses *website* Access Architect.

Dengan menampilkan visual berupa ilustrasi *vector* dipadukan dengan informasi yang singkat, jelas, dan mudah untuk dimengerti, semakin mempermudah pengunjung memahami informasi yang disampaikan. *Slider web* ini menjadi *center of interest* atau titik fokus utama yang menarik perhatian pengunjung. Selain itu, adanya *slider web* ini juga membuat tampilan *website* lebih profesional sehingga meningkatkan kepercayaan

5.7 Gambar Ilustrasi *Slider Web*



calon pelanggan terkait jasa yang ditawarkan oleh Access Architect.

nomor telepon, *e-mail* dan *website* dapat menjadi informasi bagi penerima.

Stationary Set

Kop Surat



Spesifikasi Karya

Judul : Kop surat AccessArchitect
Media : Cetak digital pada kertas HVS 100
gsm
Ukuran : A4 (21 cm x 30 cm)
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

Deskripsi

Karya

Kop surat vertikal dengan ukuran A4 (21 cm x 30 cm) dicetak satu muka pada kertas HVS 100 gsm. Kop surat menggunakan warna dasar putih dan pada bagian kiri atas terdapat informasi mengenai perusahaan yang terdiri dari logo perusahaan, alamat, nomor telepon, *e-mail*, dan *website* yang diberi warna hitam.

Analisis Karya

Kop surat digunakan sebagai sarana dalam kegiatan surat menyurat perusahaan. Elemen informasi mengenai identitas perusahaan yang terdiri dari logo, alamat,

Kartu Nama



Spesifikasi Karya

Judul : Kartu nama Access Architect
Media : Kertas *ivory* 260 gsm
Ukuran : 9 cm x 5 cm
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

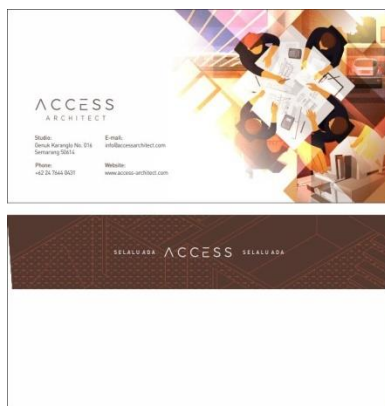
Deskripsi Karya

Kartu nama format *landscape* dengan ukuran 9 cm x 5 cm, dicetak dua muka menggunakan kertas *ivory* 260 gsm. Bagian depan berwarna dasar putih dan terdapat ilustrasi *vector* pada bagian sisi kanan dan teks informasi berupa nama, posisi, logo, alamat, dan kontak perusahaan yang disusun rata kiri dan ditempatkan pada bagian sisi kiri. Pada bagian belakang kartu nama menggunakan warna dasar coklat tua dan terdapat ilustrasi *outline vector*, serta slogan "Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada" yang ditempatkan pada bagian tengah.

Analisis Karya

Kartu nama merupakan media yang umum digunakan dalam berinteraksi dengan pelanggan saat pertama kali. Elemen pada kartu nama yang memuat informasi mengenai identitas perusahaan seperti nama, posisi/jabatan, logo, alamat, dan kontak, dapat berfungsi sebagai pengingat (*reminder*) di tangan penerima.

Amplop



Spesifikasi Karya

Judul : Amplop Access Architect
Media : Kertas HVS 100 gsm
Ukuran : 22,9 cm x 11,4 cm
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

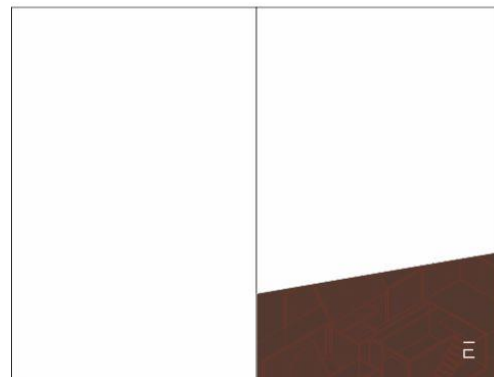
Amplop posisi *landscape* dengan ukuran 22,9 cm x 11,4 cm, dicetak pada kertas HVS 100 gsm. Warna dominan yang digunakan pada amplop adalah warna putih. Pada bagian depan amplop terdapat elemen informasi terkait perusahaan terdiri dari logo, alamat, dan kontak yang ditempatkan pada posisi kanan dan disusun rata kiri. Untuk bagian depan sebelah kanan diisi dengan gambar ilustrasi *vector*. Beralih ke bagian belakang

amplop, pada bagian tutup amplop diberi warna cokelat tua dan terdapat gambar ilustrasi *outline vector* sebagai *background*. Pada bagian tutup amplop ini juga terdapat teks slogan “Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada” pada posisi tengah.

Deskripsi Karya

Amplop digunakan sebagai sarana dalam kegiatan surat menyurat perusahaan. Media amplop ini memiliki pesan informatif karena memuat elemen informasi mengenai identitas perusahaan yang terdiri dari logo, alamat, nomor telepon, *e-mail* dan *website*, sehingga dapat menjadi pengingat (*reminder*) dan mempermudah penerima saat akan menghubungi Access Architect.

Stopmap



Spesifikasi Karya

Judul : Stopmap Access Architect
Media : Kertas *ivory* 260 gsm
Ukuran : 48 cm x 34,5 cm
Software : *Corel Draw X7*
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Stopmap vertikal dengan ukuran kertas keseluruhan 48 cm x 34,5 cm, apabila dilipat menjadi 24 cm x 34,5 cm. Bagian stopmap terdiri dari bagian depan, bagian belakang, dan bagian dalam yang terdapat wadah untuk menyelipkan kertas/dokumen. Stopmap ini dicetak secara digital pada kertas *ivory* 260 gsm.

Bagian depan menggunakan warna dasar putih dan menampilkan ilustrasi *vector*, logo Access Architect, serta alamat *website*. Tempat untuk menyelipkan kertas pada bagian dalam menggunakan warna cokelat tua dan terdapat logo Access Architect pada bagian kanan bawah. Pada bagian belakang menggunakan warna dasar cokelat tua dan menampilkan logo Access Architect serta elemen informasi yang terdiri dari alamat, nomor telepon, *e-mail* dan *website*.

Analisis Karya

Stopmap digunakan untuk meletakkan berkas yang terkait dengan keperluan perusahaan dalam kegiatan surat menyurat. Elemen pada stopmap memuat informasi mengenai identitas perusahaan seperti logo, alamat, dan kontak, dengan harapan stopmap ini dapat berfungsi sebagai pengingat (*reminder*) saat sampai di tangan penerima.

5.8.5 Blocknote



Spesifikasi Karya

Judul : *Blocknote* Access Architect
Media : Kertas *ivory* 260 gsm (sampul) dan HVS 100 gsm (halaman isi)
Ukuran : A5 (14,8 cm x 21 cm)
Software : *Corel Draw X7*
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Blocknote dalam format *portrait* dengan ukuran A5 (14,8 cm x 21 cm), dicetak digital pada kertas *ivory* 260 gsm untuk bagian sampul depan dan belakang, sementara untuk halaman isi menggunakan kertas HVS 100 gsm yang berjumlah 25 halaman. Bagian sampul depan menggunakan warna dasar putih dan menampilkan logo Access Architect, ilustrasi-*vector*, dan alamat *website*. Bagian sampul belakang juga menggunakan warna dasar putih dan memuat elemen informasi yang terdiri dari logo, alamat, nomor telepon, *e-mail* dan *website* pada bagian bawah. Untuk

halaman isi terdapat ilustrasi *vector* dan slogan pada bagian bawah.

Analisis Karya

Dalam aktivitas berkomunikasi dengan pelanggan peran *blocknote* diperlukan untuk mencatat hal-hal atau pembahasan yang penting. Adanya elemen informasi pada *blocknote* mengenai identitas perusahaan seperti logo, alamat, dan kontak selain bersifat informatif juga dapat meningkatkan kesan profesional perusahaan.

Merchandise

Kaos



Spesifikasi Karya

Judul : Kaos Access Architect
Media : Cetak DTG pada kain *cotton combed 24s*
Ukuran : L dan XL
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Merchandise kaos atau *t-shirt* yang dapat diberikan pada pelanggan sebagai ucapan terima kasih. Kaos berwarna dasar putih dan terdapat 2 alternatif gambar

desain. Bahan kaos yang digunakan adalah *cotton combed 24s* dengan sablon DTG. Kaos dibuat dalam ukuran L dan XL.

Analisis Karya

Merchandise kaos atau *t-shirt* selain sebagai tanda terima kasih juga bersifat informatif karena terdapat logo Access Architect yang tercantum. Harapannya saat kaos ini digunakan, secara tidak langsung dapat menjadi sarana promosi sehingga Access Architect dapat lebih dikenal.

Totebag



Spesifikasi Karya

Judul : Totebag Access Architect
Media : Cetak DTG pada bahan kanvas
Ukuran : 40 cm x 30 cm
Software : Corel Draw X7
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Merchandise totebag berwarna dasar putih dan terdapat 2 alternatif ilustrasi yang ditampilkan. Desain pertama menampilkan logo Access Architect, ilustrasi *full color*, serta alamat *website* Access Architect yang disusun rata

tengah. Desain kedua menampilkan logo Access Architect pada posisi kiri atas, alamat *website* Access Architect pada posisi kanan atas, dan ilustrasi *vector outline* pada posisi menjorok ke kanan. *Totebag* dibuat dalam ukuran 40 cm x 30 cm dengan bahan kanvas, untuk ilustrasi dicetak dengan *printer DTG*.

Analisis Karya

Merchandise totebag selain sebagai tanda terima kasih juga bersifat informatif karena mencantumkan informasi berupa logo Access Architect serta alamat *website*. Harapannya saat *totebag* ini digunakan, secara tidak langsung dapat menjadi sarana promosi sehingga Access Architect dapat lebih dikenal.

Mug



Spesifikasi Karya

Judul : *Mug Access Architect*
Media : Cetak tinta sublim pada *mug* keramik
Ukuran : 9,5 cm x 12 cm, diameter 8 cm
Software : *Corel Draw X7*
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Merchandise mug keramik dengan tinggi 9,5 cm dan lebar 12 cm dengan diameter 8 cm. Terdapat 2 alternatif desain yang dicetak menggunakan tinta sublim.

Analisis Karya

Mug sebagai *merchandise* selain sebagai tanda terima kasih juga dapat menjadi pengingat karena mencantumkan informasi berupa logo Access Architect serta alamat *website*. Harapannya saat *mug* ini digunakan, secara tidak langsung dapat menjadi sarana promosi sehingga Access Architect dapat lebih dikenal di masyarakat.

Kalender Duduk



Spesifikasi Karya

Judul : Kalender duduk Access Architect
Media : Kertas *ivory* 260 gsm
Ukuran : 14,8 cm x 21 cm
Software : *Corel Draw X7*
Tahun : 2018

Deskripsi Karya

Kalender duduk *portrait* berukuran 14,8 cm x 21 cm, berisi 4 lembar dengan

masing-masing lembar memuat 2 bulan dicetak bolak-balik pada kertas *ivory* 260 gr. Secara keseluruhan desain kalender menggunakan warna dasar putih. Pada sampul depan terdapat gambar ilustrasi *vector*, slogan, logo Access Architect, serta keterangan tahun kalender. Pada halaman isi memuat elemen visual berupa gambar ilustrasi *vector* yang berbeda-beda di tiap halaman. Sementara elemen informasi yang dimuat adalah keterangan tahun kalender dan nama-nama bulan, juga terdapat logo, alamat, telepon, dan *website*, dan slogan perusahaan.

Analisis Karya

Dalam karya media promosi ini kalender duduk bersifat informatif karena selain sebagai pengingat tanggal, juga memuat elemen informasi mengenai Access Architect. Kalender duduk dipilih karena lebih ringkas serta lebih mudah dalam membuka lembar per lembarnya. Selain itu penempatan kalender duduk umumnya diletakkan di meja, sehingga besar kemungkinan untuk dilihat setiap hari.

IV. KESIMPULAN

Dunia bisnis yang berkembang semakin pesat membuat kian bertumbuhnya persaingan yang semakin kompetitif. Dalam situasi dan kondisi seperti ini diperlukan adanya upaya untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Kegiatan promosi merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk menginformasikan barang/jasa agar

dikenal dan diketahui keberadaannya oleh konsumen, dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli/ menggunakan barang/jasa tersebut sehingga berdampak pada meningkatnya angka penjualan.

Proyek studi ini menghasilkan rancangan media promosi untuk Access Architect, sebuah studio desain arsitektur di kota Semarang yang berdiri pada 2016 silam. Media yang digunakan terdiri dari company profile dan katalog portofolio, slider website, video animasi, aplikasi corporate identity yang terdiri dari banner, helm keamanan, seragam, ID Card, dan livery kendaraan, stationary yang terdiri dari kop surat, amplop, stopmap, kartu nama, dan blocknote, serta merchandise yang terdiri dari kaos, totebag, mug, dan kalender duduk. Pemilihan media yang digunakan ditentukan berdasarkan hasil dari proses riset, analisis, dan pengolahan sumber data dan informasi. Media yang digunakan merupakan paduan antara media offline dan online, dengan tujuan agar dapat saling mengisi dan melengkapi satu dengan yang lain.

Media promosi menggunakan tema berdasarkan slogan yang telah dirancang, yaitu "Selalu Ada Akses, Akses Selalu Ada". Slogan ini merujuk dari visi Access Architect yaitu hadir untuk memberikan solusi dari setiap permasalahan desain. Keseluruhan media promosi menampilkan identitas visual secara konsisten, sehingga lebih mudah untuk diidentifikasi dan diingat di benak konsumen. Adapun tampilan desain yang dirancang mengusung konsep simpel,

modern, dan profesional, sehingga konsumen dapat merasakan kesan dewasa dan terpercaya, namun tidak kaku.

Pembuatan karya media promosi ini ditujukan sebagai upaya untuk membantu mengoptimalkan aktivitas promosi yang selama ini masih mengandalkan kegiatan promosi dari mulut ke mulut serta melalui media online dan kartu nama. Lebih lanjut, dengan adanya media promosi ini diharapkan dapat mengenalkan dan membentuk citra perusahaan di masyarakat, mengingat keberadaan Access Architect yang masih tergolong baru. Selain itu juga untuk semakin memperluas area pemasaran sehingga dapat bersaing dengan kompetitor

Pardjimin. 2005. *Bahasa dan Sastra Indonesia untuk SMP Kelas XIII*. Bogor: Yudhistira.

Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Bandung : Linda Karya.

Sukini. 2005. *Bahasa dan Sastra Indonesia untuk SMP Kelas XIII*. Jakarta: Widya Duta Grafika

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Dua. Cetakan Enam. Yogyakarta: Andi Offset.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, H. dkk. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Edisi ketiga. Jakarta: Balai Pustaka

Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: Indeks

Laksono. 2005. *Bahasa Indonesia untuk SMP kelas VIII*. Bandar Lampung: CV. Gita Perdana

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi I. Jakarta: Salemba Empat

Nugrahani, Rahina. 2018. The Role of Visual Attributes on Promotional Media of Small Medium Enterprises in Indonesia. *Proceeding. 7th INTERNATIONAL SEMINAR ON NUSANTARA HERITAGE*.