

Perancangan Karya Desain Grafis Untuk Periklanan Lembaga Java-Eleven *Outbound*

Wahyudi

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
wahyudismt@gmail.com

Drs. Eko AB Oemar, M.Pd.

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
ekoaboemar@yahoo.co.id

Abstrak

Java Eleven merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang peningkatan sumber daya manusia, khususnya *outbound*. Java Eleven adalah lembaga *outbound* organizer yang berasal dari Surabaya, Jawa Timur. Lembaga Java Eleven *Outbound* beralamat di Pasinan Lemah putih, RT 04/RW 01, Kec. Wringinanom, Kab. Ngresik. Melihat usia lembaga Java Eleven yang sudah lebih dari 10 tahun maka ini menjadi modal dasar bagi untuk terus berkembang cepat. Tetapi ada faktor yang menjadi penghambat dalam hal periklanannya. Ternyata Java Eleven *Outbound* hanya menggunakan iklan di blog, antar relasi dan proposal kepada klien untuk menawarkan jasanya. Dari permasalahan tersebut dibutuhkan periklanan yang tepat dan sesuai prinsip desain grafis yang bagus agar menjadikan lembaga lebih maju dan dikenal masyarakat.

Perancangan desain grafis periklanan dibuat dengan dua konsep. Pertama perancangan dengan konsep sederhana menggunakan komposisi keseimbangan simetris dengan pola terpusat/seragam (*obvious balance*), dengan tema "*Outbound* Edukatif", yang mempunyai maksud untuk mengajak konsumen menggunakan produk Java Eleven. Bentuk visualnya menampilkan ilustrasi foto aktifitas *outbound* yang terlihat asyik dan menyenangkan. Kedua, perancangan desain grafis dengan konsep yang lebih dinamis, untuk komposisi layout desain 2 menggunakan komposisi layout keseimbangan asimetris. Konsep ini menggunakan tema "Pilihan Tepat Orang Hebat", Bentuk visualnya menampilkan fotografi orang yang sedang *outbound*, warna segar dan suasana alam segar. Desain grafis tersebut menginformasikan tentang produk Java Eleven *outbound* yang meliputi: informasi seputar produk, keunggulan, alamat, informasi penggunaan, serta manfaat produk. Perancangan desain grafis periklanan ini, diharapkan dapat memperoleh konsumen lebih banyak lagi, sehingga dapat meningkatkan income Java Eleven *outbound*.

Kata kunci : desain grafis periklanan, *outbound*, Java Eleven

Abstract

Java Eleven is an institution that engaged in the improvement human resources, especially *outbound*. Java Eleven is organizer *outbound* agency from Surabaya East Java. Java Eleven institution is addressed by Lemah Putih RT 04/RW 01, Wringinanom sub-district Gresik regency. Seeing at the age of Java Eleven institutions that has been more than 10 years then it became the basic capital for the continuously growing faster. But there are factors that become obstacles in terms of advertising. It turns out that Java Eleven *Outbound* only uses advertising on blogs, inter-relationships, and proposals to clients for offering services. From these problems required appropriate advertising and graphic design principles to make the institution more advanced and known by the public.

Design of advertising graphic design is made with two concepts. First, design with simple concept using symmetrical equilibrium composition with centered pattern (*equal balance*), with theme "*Outbound* Educative", which has the aim to invite consumer using Java Eleven product. The visual form displays an photo illustration of *outbound* activity that looks joyful and fun. Second, the design of graphic design with a more dynamic concept, for the composition of layout design 2 using the composition of the asymmetric balance layout. This concept uses the theme "The Right Choice of Great People", The visual form displays photography of people who are performing *outbound*, fresh colors and fresh natural atmosphere. The graphic design informs Java Eleven *outbound* products that include: product information, excellence, address, usage information, and product benefits. The design of graphic design of this advertising, is expected to obtain more consumers, so as to increase the income of Java Eleven *outbound*.

Key Words: Advertising Graphic Design, *Outbound*, Java Eleven.

Pendahuluan

Java Eleven adalah lembaga *outbound* organizer yang berasal dari Surabaya, Jawa Timur. Lembaga Java Eleven *Outbound* beralamat di Pasinan Lemahputih, RT 04/RW 01, Kec. Wringinanom, Kab. Ngresik. Java Eleven berdiri sejak tahun 2007 ini diprakarsai oleh sebelas orang yang semuanya berasal dari pulau Jawa, oleh karena itu pada logo lembaga juga terdapat gambar pulau Jawa. Sebelas orang ini adalah trainer dari Fakultas Ilmu Keolahragaan - Universitas Negeri Surabaya, yang terdiri dari satu dosen serta beberapa mahasiswa dan alumni. Tujuan dari didirikannya lembaga ini awalnya untuk mewadahi keinginan mahasiswa dan masyarakat sekitar yang ingin mengembangkan potensi diri dan bersenang-senang melalui aktivitas luar ruangan.

Seiring dengan berjalannya waktu, tim yang awalnya difokuskan untuk memberikan pelatihan bagi mahasiswa kemudian berkembang dan bekerjasama dengan instansi-instansi lain mulai dari sekolah-sekolah, kampus-kampus lain, instansi perusahaan hingga ke instansi pemerintah seperti Dikti dan Diknas. Dengan adanya permintaan pada beragam kegiatan, peserta serta lokasi yang berbeda-beda, lembaga yang awalnya terdiri dari sebelas orang, kini semakin bertambah besar dengan jumlah trainer sebanyak 28 orang. Namun tidak semua trainer akan ikut dalam setiap kegiatan karena setiap trainer dari tim ini merupakan orang-orang yang aktif dalam berbagai kegiatan maupun bidang pekerjaan lain. Banyak diantara anggota tim yang berprofesi sebagai guru, pelatih dan atlet dalam berbagai cabang olahraga, namun ada juga anggota dari tim ini yang merangkap profesi sebagai penyanyi, MC, instruktur, wasit maupun usaha percetakan dan perdagangan.

Melihat usia lembaga ini yang sudah lebih dari 10 tahun maka ini menjadi modal dasar bagi untuk terus berkembang pesat. Tetapi ada faktor yang menjadi penghambat dalam hal periklanannya. Ternyata Java Eleven hanya menggunakan iklan di blog, antar relasi dan proposal kepada klien untuk menawarkan jasanya.

Dari permasalahan tersebut dibutuhkan periklanan yang tepat dan sesuai prinsip desain grafis yang bagus agar menjadikan lembaga lebih maju dan dikenal masyarakat.

METODE

Metode Teknik yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui beberapa metode yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan terdiri dari sumber primer, sumber data sekunder, dan sumber data tambahan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah: analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) dan USP (*unique selling propotion*). Prosedur pelaksanaan penelitian dan perancangan yang dilakukan adalah: tahap persiapan, tahap pengumpulan atau analisis data, tahap perancangan karya desain grafis, dan tahap penyusunan laporan.

Dalam hal ini yang menjadi sasaran peneliti adalah Java Eleven *Outbound*, yang beralamat di Pasinan Lemahputih, RT 04/RW 01, Kec. Wringinanom, Kab. Gresik.

Wawancara adalah teknik penggalian data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada sasaran (Responden), dengan teknik-teknik yang tidak bernada menguji, melainkan bernada informasi (Rustarmadi 2002:52).

Sebagai informan yaitu Bapak Tuter Jatmiko, S.Pd, M.Kes. (Manager Java Eleven). Wawancara dilakukan pada tanggal 27 Januari 2017, pukul 13.00-15.00 WIB di Kantor Java Eleven untuk memberikan informasi tentang lembaga *outbound* Java Eleven.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. (Sugiyono 2006:162). Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan mengambil data secara langsung di tempat penelitian. proses observasi ini diambil bertujuan untuk memperoleh data-data yang benar.

Pada proses pengumpulan data untuk perancangan media periklanan lembaga *outbound* Java Eleven dengan mendatangi kantornya dan mencatat serta mengambil gambar (pemotretan) terhadap segala sesuatu yang dibutuhkan dalam proses perancangan media periklanan.

Pengamatan dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi tentang kegiatan/event yang dijalankan oleh Java Eleven, selain itu pengamatan juga mencakup pembagian tugas setiap trainer sesuai dengan keahliannya masing-masing.

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengkaji ulang data atau dokumen yang diberikan lembaga *outbound* Java-Eleven sehingga dapat diperoleh manfaat sebagai dasar perancangan iklan desain grafis. Objek dokumentasi yang diamati diantaranya adalah logo lembaga, kartu nama, banner, foto-foto kegiatan, website dan juga proposal.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threat*) (Rangkuti 2008:84).

Ciri utama USP adalah memperkenalkan perbedaan penting yang membuat suatu perbedaan penting yang membuat suatu perusahaan atau jasa menjadi unik (berbeda dengan yang lainnya). Untuk pengembangan klaim periklanan hingga para pesaing tidak bisa memilih atau memiliki pilihan. (Shimp, 2003:440).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan pembuatan karya desain grafis periklanan untuk lembaga *outbound* Java Eleven adalah untuk menarik perhatian konsumen yaitu masyarakat umum, sekolah, instansi, perusahaan, Diknas dan Dikti dengan visualisasi desain yang komunikatif, menarik, elegan dan unik. Strategi kreatif untuk Desain 1, penulis

menggunakan tema "Outbound edukatif" dengan maksud untuk mengajak konsumen menggunakan jasa *outbound* dalam pelatihan *character building*, *leadership training*, *family gathering* dan *communication skills* untuk peningkatan sumber daya manusia (SDM) dan pengembangan diri.

Dengan tema "Outbound edukatif" diharapkan konsumen tertarik ketika memakai jasa untuk *outbound* Java Eleven dan akan menimbulkan persepsi baik bahwa *outbound* tidak hanya semata-mata mencari kesenangan, tapi mempunyai nilai plus yaitu: *fresh* (segar), *fun* (menyenangkan), dan *edukatif* (mempunyai nilai pendidikan) sekaligus karakter building (membangun karakter diri). Dalam tema desain 1 akan ditampilkan warna yang segar (hijau), ilustrasi yang menarik yang mempunyai unsur *fresh*, *fun*, *edukatif* diharapkan mampu konsumen tertarik untuk memakai jasa *outbound*. Pesan verbal pada desain ini menggunakan judul "Outbound Asyik dan Menyenangkan". Sebagai subjudul "Rasakan Sensasi Outbound Yang Mendidik Dan Menyenangkan" mempunyai tujuan, agar calon konsumen jasa *outbound* mengetahui bahwa Java Eleven adalah penyedia jasa *outbound* dan konsumen tahu nilai plus (kelebihan) Java Eleven. Judul tersebut diharapkan setelah mengetahui kelebihan, konsumen menjadi tertarik dan akan menggunakan jasa *outbound* Java Eleven.

Untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul dari latar belakang masalah maka peneliti mempunyai 4 alternatif media iklan yang dirancang. Adapun 4 media iklan tersebut yaitu:

a. Poster

Poster adalah iklan warna ukuran besar yang dicetak pada selembar kertas dan ditempatkan pada panel, dinding atau kaca jendela (Nuradi 1996:130).

Sedangkan menurut Supriyono (2010:158) Poster adalah bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi.

Poster dibutuhkan lembaga *outbound* Java Eleven untuk memudahkan promosi pada tempat-tempat yang strategis. Dalam poster, masyarakat akan mengetahui berbagai program *outbound* dan keunggulan Java Eleven.

Pembuatan desain poster sebagai sarana promosi yang tepat dan efektif untuk menarik perhatian masyarakat. Dalam hal pemilihan tempat untuk memasang poster maka harus memilih tempat yang strategis. Tempat orang-orang mudah melihat atau dengan mudah membaca isi poster. Nantinya Poster akan ditempelkan dipapan informasi atau papan pengumuman di Diknas Surabaya, Sekolah-sekolah SMA favorit di Surabaya dan juga kampus Surabaya. Media ini mempunyai keunggulan karena mudah diaplikasikan ke tempat-tempat terbuka sekaligus tidak perlu membutuhkan banyak tempat untuk memasangnya.

b. Brosur

Brosur menurut Nuradi (1996:22) adalah sebuah buklet yang dipakai dalam penjualan untuk kegiatan promosi.

Menurut Hardiman (2006:67) Brosur adalah materi cetak yang berisi informasi produk atau organisasi. Brosur salah satu media iklan yang dibutuhkan Java Eleven, karena brosur mempunyai informasi yang lebih lengkap mulai dari, CV Lembaga, penawaran program pelatihan, harga dan lain-lain. Dengan pembuatan brosur sebagai media informasi dan penjelasan kepada masyarakat dengan menonjolkan keunggulan, kualitas dan reputasi lembaga *outbound*. Melalui brosur nantinya dibagikan ke event-event training, seminar, dan saat klien datang ke kantor Java Eleven. Keunggulan dari brosur selain simpel dan praktis juga dari segi biaya produksi termasuk efisien.

c. Billboard

Billboard adalah bentuk promosi iklan luar ruang (*outdoor advertising*) dan memiliki ukuran yang cukup besar. Dalam arti yang sebenarnya billboard adalah bentuk poster dengan ukuran yang cukup besar dan diletakkan tinggi di tempat tertentu yang ramai dilalui orang. Billboard akan dibuat lebih besar dari poster, agar bisa dilihat masyarakat luas, billboard akan dipasang di tempat-tempat umum yang ramai agar bisa dilihat dengan jelas oleh masyarakat luas seperti di perbatasan kota, karena daerah tersebut merupakan jalan yang biasa dilewati banyak orang dari berbagai daerah, sehingga sangat cocok sekali jika billboard dipasang di jalan tersebut.

Billboard yang akan digunakan lembaga *outbound* Java Eleven rencananya ditempatkan pada panel plat pengesek yang ada di jalan A.Yani Surabaya. Lokasi ini dianggap strategis karena kawasan ini merupakan arus keluar masuknya Surabaya, sebagai alternatif lainnya billboard untuk lembaga *outbound* Java Eleven bisa juga di tempatkan di pinggir jalan pada jalur masuk Trawas dan Pacet Mojokerto. Pemilihan tempat ini karena pintu masuk wisata alam yang biasanya membutuhkan jasa *outbound*.

d. Iklan Majalah

Salah satu media cetak yang sering dan mudah dijumpai adalah majalah. Dengan menggunakan majalah sebagai media iklan maka diharapkan lembaga *outbound* Java Eleven akan lebih dikenal masyarakat luas. "Majalah merupakan sumber yang sangat baik untuk memberikan informasi produk yang rinci dan untuk menyampaikan informasi dengan penuh tanggung jawab (*sense of authority*)" menurut Shimp (2003:523).

Pada umumnya iklan majalah berukuran satu halaman majalah (sekitar A4) atau dua halaman berhadapan (kiri dan kanan), dipasang didalam atau di cover bagian belakang (Supriyono, 2010:151).

Iklan majalah akan mempunyai efek yang luas karena akan di distribusikan ke berbagai kota, bahkan ke berbagai provinsi. Dengan iklan majalah diharapkan akan mudah dikenal oleh khalayak luas. Selain akan tersebar luas, iklan majalah juga mempunyai kesan bahwa lembaga *outbound* akan terkesan elegan dan lebih punya nilai jual yang tinggi. Sedangkan majalah yang akan dipakai untuk memuat iklan Java Eleven adalah majalah Swa Indonesia dan majalah Tempo. Kedua majalah

dipilih sebagai media iklan karena mempunyai pangsa pasar lebih luas yaitu persebarannya berskala nasional.

Pada karya desain poster, menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Rasakan Sensasi Outbound Yang Mendidik Dan Menyenangkan”, sedangkan untuk *body copy* berisi tentang keterangan lembaga Java Eleven *Outbound* yang menyediakan produk layanan jasa *outbound* bagi klien.

Pada karya desain brosur, menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Rasakan Sensasi Outbound Yang Mendidik Dan Menyenangkan”, Pada isi brosur ditambahkan keterangan deskripsi Java Eleven, produk jasa layanan *outbound*, manfaat *outbound*, harga paket penawaran *outbound*, dan keunggulan Java Eleven.

Pada karya desain billboard, menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Rasakan Sensasi Outbound Yang Mendidik Dan Menyenangkan”. Dalam karya desain billboard akan di tambahkan ilustrasi fotografi kegiatan *outbound* Java Eleven yang menarik. Selain itu, didukung juga keterangan *call center* dan alamat kantor Java Eleven.

Pada karya desain iklan majalah, menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Rasakan Sensasi Outbound Yang Mendidik Dan Menyenangkan”, dengan didukung gambar ilustrasi *outbound* yang menarik. Selain itu akan ditambahkan juga produk layanan Java Eleven dan juga pilihan game *outbound* yang disediakan.

Untuk tipografi judul dan *body copy* masing-masing dibuat sama namun berbeda ukuran sedangkan untuk untuk subjudul menggunakan tipografi yang berbeda, dengan maksud untuk menekankan maksud dan tujuan dari setiap teks pada masing-masing karya desain grafis.

Pesan visual karya desain grafis periklanan ini menggunakan ilustrasi fotografi *outbound* yang kelihatan menarik, asyik dan menyenangkan dan juga di lingkarkan yang segar. Kemudian fotografi ini diolah keseluruhan warna sehingga tampak menarik perhatian pembaca.

Untuk komposisi layout desain 1 menggunakan komposisi keseimbangan simetris dengan pola terpusat/seragam (*obvious balance*) yang ditandai dengan susunan bentuk-bentuk di ruang sebelah kiri dan di ruang sebelah kanan tidak persis sama tetapi memiliki besaran yang seragam.

Gaya desain yang mendukung pendekatan komunikasi dan keseluruhan karya desain grafis periklanan adalah bergaya simpel. Gaya tampilan seperti ini komunikatif dan mudah dipahami untuk aspek konsumen individu, wiraswasta, sekolah maupun perusahaan. Dirancang agar terlihat menarik, dan sederhana, sehingga diharapkan konsumen yang melihat desain grafis periklanan ini bisa menerima informasi tentang produk *outbound* dari Java Eleven Eleven.

Strategi kreatif untuk Desain 2, penulis menggunakan tema “Pilihan Tepat” dengan maksud untuk membantu klien dalam memilih jasa pelatihan (*outbound*) yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik dari segi ekonomi maupun *learning educatif*. Pilihan tepat dari segi ekonomi dimaksudkan agar konsumen dapat mengadakan pelatihan bagi lembaganya dengan tetap dengan biaya

terjangkau. Sedangkan dari segi *learning educatif* dimaksudkan agar konsumen dapat menikmati *outbound* dengan menyenangkan, tetapi tetap menggunakan unsur-unsur pendidikan dalam aplikasinya.

Pesan verbal pada desain ini menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Pilihan Tepat untuk Orang Hebat” dengan maksud untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa Java Eleven merupakan lembaga penyedia layanan *outbound* yang cocok untuk konsumen agar muncul motivasi menjadi orang hebat setelah mengikuti *outbound*. Dengan judul tersebut diharapkan mampu membuat dan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk jasa dari Java Eleven *Outbound*.

Pada karya desain poster menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Pilihan Tepat untuk Orang Hebat” sedangkan untuk *body copy* berisi tentang keterangan lembaga Java Eleven *outbound* yang menyediakan produk layanan jasa *outbound* untuk konsumen.

Pada karya desain brosur, menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Pilihan Tepat untuk Orang Hebat” Pada isi brosur ditambahkan keterangan deskripsi Java Eleven, produk jasa layanan *outbound*, manfaat *outbound*, harga paket penawaran *outbound*, dan keunggulan Java Eleven.

Pada karya desain billboard, menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Pilihan Tepat untuk Orang Hebat”. Dalam karya desain billboard akan di tambahkan ilustrasi kegiatan *outbound* Java Eleven yang menarik. Selain itu, didukung juga keterangan *call center* dan alamat kantor Java Eleven.

Pada karya desain iklan majalah, menggunakan judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” dan subjudul “Pilihan Tepat untuk Orang Hebat” dengan didukung gambar ilustrasi *outbound* yang menarik. Selain itu akan ditambahkan juga produk layanan Java Eleven dan juga pilihan game *outbound* yang disediakan.

Tipografi judul dan *body copy* masing-masing dibuat sama namun berbeda ukuran sedangkan untuk untuk subjudul menggunakan tipografi yang berbeda dengan maksud untuk menekankan maksud dan tujuan dari setiap teks pada masing-masing karya desain grafis.

Pesan visual karya desain grafis periklanan ini menggunakan ilustrasi fotografi *outbound* yang kelihatan menarik, asyik dan menyenangkan. Kemudian fotografi ini diolah keseluruhan warna sehingga tampak menarik perhatian pembaca.

Untuk komposisi layout desain 2 menggunakan komposisi layout keseimbangan asimetris yang ditandai dengan ruang sebelah kiri dan sebelah kanan dalam keadaan tidak sama muatannya/bebannya, tetapi secara keseluruhan dalam keadaan seimbang (keseimbangan yang bersifat dinamis).

Gaya desain yang mendukung pendekatan komunikasi dan keseluruhan karya desain grafis periklanan adalah bergaya simpel. Gaya tampilan seperti ini komunikatif dan mudah dipahami untuk aspek konsumen individu, wiraswasta, sekolah maupun perusahaan. Dirancang agar terlihat menarik, dan sederhana, sehingga diharapkan konsumen yang melihat

desain grafis periklanan ini bisa menerima informasi tentang produk *outbound* dari Java Eleven Eleven.

Berikut adalah hasil final desain I pada: Poster, Brosur, Iklan Majalah, Billboard:

a. Poster I



Desain Poster I

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 28 dan 32 warna hitam dengan diberikan outline putih”. Subjudul “Rasakan Sensasi Outbound yang Mendidik dan Menyenangkan” menggunakan font Museo, dengan ukuran 17 pt berwarna hitam. Produk/jasa yang ditawarkan adalah “character building, leadership training, family gathering, dan communication skills” menggunakan font Trebuchet MS, ukuran 15 pt. Teks Pendukung untuk info lembaga menggunakan font Trebuchet MS dengan ukuran 8 pt.

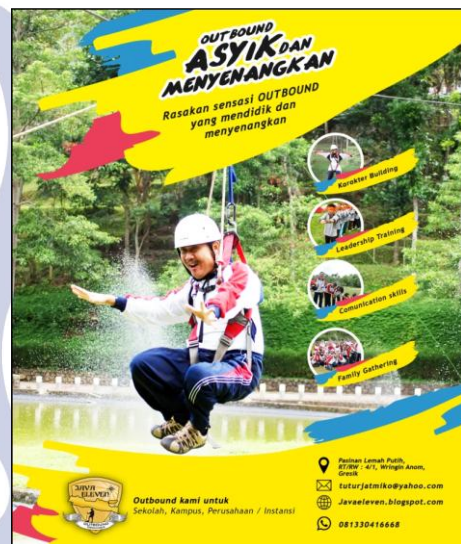
b. Brosur I



Desain Brosur I

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 28 dan 32 dengan warna hitam, diberikan outline putih”. Subjudul “Rasakan Sensasi Outbound yang Mendidik dan Menyenangkan” menggunakan font Museo, dengan ukuran 17 pt berwarna hitam. Teks deskripsi untuk Java Eleven menggunakan font Museo ukuran 14 pt, warna dengan hitam. Teks Pendukung (informasi produk, informasi lembaga) menggunakan font Museo, 10 pt. Untuk teks pilihan paket outbound yang di tawarkan menggunakan font Trebuchet, ukuran 10 pt menggunakan warna hitam. Sedangkan untuk informasi lembaga (alamat) berwarna hitam) ukuran 9 pt bold, logo lembaga warna emas kombinasi dengan hitam.

c. Iklan Malah I



Iklan Majalah I

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 30 pt dan 25 pt warna hitam, dengan diberikan outline putih”. Subjudul “Rasakan Sensasi Outbound yang Mendidik dan Menyenangkan” menggunakan font Museo, dengan ukuran 15 pt berwarna hitam. Produk outbound menggunakan font Trebuchet MS 12 Pt, warna hitam. Sedangkan untuk informasi lembaga (alamat) berwarna hitam) ukuran 8 pt bold, logo lembaga warna emas kombinasi dengan hitam. Pada tulisan “Java Eleven” menggunakan font Trebuchet MS 11 pt.

d. Billboard I



Desain Billboard I

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 32pt dan 28 pt dengan diberikan outline putih”.

Subjudul “Rasakan Sensasi Outbound yang Mendidik dan Menyenangkan” menggunakan font Museo, dengan ukuran 17 pt berwarna hitam. Sedangkan untuk informasi lembaga (alamat) berwarna hitam) ukuran 12 pt bold, logo lembaga warna emas kombinasi dengan hitam. Pada tulisan “Java Eleven” menggunakan font Museo 20 pt.

Berikut adalah hasil final desain II pada Poster, Brosur, Iklan Majalah, Billboard.

a. Poster II



Desain Poster II

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 28 dan 32 warna hitam dengan diberikan outline putih”. Subjudul “Pilihan Orang Hebat” menggunakan font Museo, dengan ukuran 17 pt berwarna hitam. Produk/jasa yang ditawarkan adalah “character building, leadership training, family gathering, and communication skills” menggunakan font Trebuchet MS, ukuran 12 pt. Teks Pendukung untuk info lembaga menggunakan font Trebuchet MS dengan ukuran 8 pt.

Pada logo lembaga menggunakan warna Orange kombinasi hitam, sedangkan pada tulisan “JAVA ELEVEN” menggunakan font Trebuchet MS ukuran 18 pt.

b. Brosur II



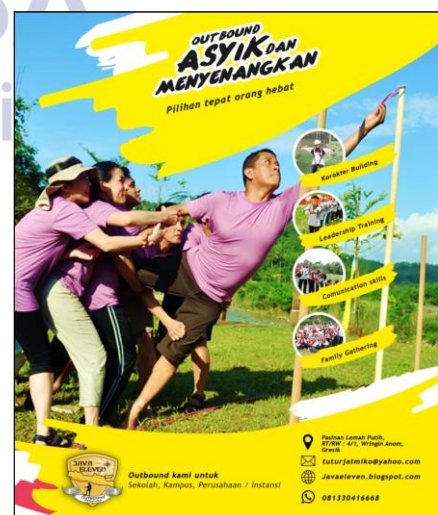
Desain Brosur II

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 28 dan 32 dengan warna hitam, diberikan outline putih”. Subjudul “Pilihan Tepat Orang Hebat” menggunakan font Museo, dengan ukuran 17 pt berwarna hitam. Teks deskripsi untuk Java Eleven menggunakan font Museo ukuran 14 pt, warna dengan hitam.

Teks Pendukung (informasi produk, informasi lembaga) menggunakan font Museo, 10 pt. Untuk teks pilihan paket outbound yang di tawarkan menggunakan font Trebuchet, ukuran 10 pt menggunakan warna hitam.

Sedangkan untuk informasi lembaga (alamat) berwarna hitam) ukuran 9 pt bold, logo lembaga warna emas kombinasi dengan hitam.

c. Iklan Majalah II



Iklan Majalah II

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 30 pt dan 25 pt warna hitam, dengan diberikan outline putih”. Subjudul “Pilihan Tepat Orang Hebat” menggunakan font Museo, dengan ukuran 15 pt berwarna hitam. Produk outbound menggunakan font Trebuchet MS 12 Pt, warna hitam. sedangkan untuk informasi lembaga (alamat) berwarna hitam) ukuran 8 pt bold, logo lembaga warna emas kombinasi dengan hitam. Pada tulisan “Java Eleven” menggunakan font Trebuchet MS 11 pt.

d. Billboard II



Billboard II

Judul “Outbound Asyik dan Menyenangkan” menggunakan font Trebuchet MS Bold, dengan ukuran 32pt dan 28 pt dengan diberikan outline putih”. Subjudul “Pilihan Tepat Orang Hebat” menggunakan font Museo, dengan ukuran 17 pt berwarna hitam. Sedangkan untuk informasi lembaga (alamat) berwarna hitam) ukuran 12 pt bold, logo lembaga warna emas kombinasi dengan hitam. Pada tulisan “Java Eleven” menggunakan font Museo 20 pt.

Final Desain yang Terpilih

Setelah memperhatikan saran, masukan dari validator I (M. Rois Abidin, M.Pd) dan II (Tri Cahyo, M.Sn) dan setelah di revisi maka dipilih desain yang akan diajukan ke klien (Java Eleven Outbound) adalah desain final yang ke I.

Kesimpulan

Perancangan desain grafis periklanan dibuat dengan dua konsep. Pertama perancangan dengan konsep sederhana menggunakan komposisi keseimbangan simetris dengan pola terpusat/seragam (obvious balance), dengan tema “Outbound Educatif”, yang mempunyai maksud untuk mengajak konsumen menggunakan produk Java Eleven Outbound dengan harapan konsumen dapat mendapatkan manfaat edukasi ketika mereka menikmati jasa outbound dari Java Eleven.

Kedua, perancangan desain grafis dengan konsep yang lebih dinamis, untuk komposisi layout desain 2 menggunakan komposisi layout keseimbangan asimetris. Konsep ini menggunakan tema “Pilihan Tepat Orang Hebat”, yang mempunyai maksud konsumen yang akan

memakai jasa outbound termotivasi bahwa dirinya orang hebat. Bentuk visualnya menampilkan fotografi orang yang sedang outbound, warna segar dan suasana alam segar. Desain grafis tersebut menginformasikan tentang produk Java Eleven outbound yang meliputi: informasi seputar produk, keunggulan, alamat, informasi penggunaan, serta manfaat produk. Perancangan desain grafis periklanan ini, diharapkan dapat memperoleh konsumen lebih banyak lagi, baik dari dalam maupun luar, sehingga dapat meningkatkan income Java Eleven outbound.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Java Eleven outbound merupakan salah satu lembaga yang menyediakan jasa *outbound* untuk peningkatan sumber daya manusia dan refreshing yang memiliki produk unggulan yaitu *character building*, *leadership training*, *family gathering* dan *communication skills*. Bentuk promosi yang cocok adalah perancangan desain grafis periklanan yaitu poster, brosur, billboard, serta iklan majalah.

Saran

Untuk bersaing di era global, hendaknya Java Eleven outbound melakukan peningkatan kuantitas promosi (periklanan) secara intensif. Selain itu peningkatan kualitas desain grafis periklanan juga harus diperhatikan dan meningkatkan promosi di online marketing.

Sebaiknya Java Eleven harus merancang *outbound* yang mampu sesuai kebutuhan pasar di Surabaya. Selain promosi Java Eleven harus merancang permainan outbound yang bermanfaat dan dapat berdampak langsung pada masyarakat, klien dan pemerintah daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Jamaludin. 2003. Outbound Management Training. Jogjakarta: UII Press.
- Jatmiko, Tutur. 2013. Outbound Leisure Activity And Recreation, Surabaya: FIK UNESA – Deputi Industri Olahraga Menegpora.
- Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Renald. 1992. Manajemen Periklanan. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Menle, Lee dan Johnson, Carla. 2004. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Jakarta: Prenanda Media.
- Moleong, Lexy J. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Nuradi, dkk. 1996. Kamus Istilah Periklanan Indonesia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Oemar, Eko A.B. 2003. Desain Komunikasi Visual, Surabaya: Unesa University Press.
- Pujiyanto. 2005. Strategi Pemasaran Dalam Iklan, Malang: Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang.

- Rangkuty, Freddy. 2008. Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan Ocai. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan dan Hary, Lubis. 2007. Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Shimp, Terence. A. 2005. Periklanan Promosi, Jakarta: Erlangga.

