

Jurusan Desain Komunikasi Visual
Tugas Akhir Sarjana Desain Komunikasi Visual
Semester Genap tahun 2005/2006

**PERANCANGAN VISUAL UNTUK
KEMASAN GRAPHICS CARD GIGABYTE**

Stefanus Gerry Soetanto 0600655151

[Kelas: 08 PBU]

Abstrak

Tujuan dari penelitian yang dilakukan dalam tulisan ini adalah membuat rancangan yang lebih baik untuk mendukung pemasaran *graphics card* dari produsen Gigabyte Technologies, dengan konsentrasi kepada aspek komunikasi visual kemasan produk. Metode yang digunakan adalah pengumpulan sampel dan analisis *trend* dan kebutuhan yang diperoleh melalui pengamatan lapangan dan penyebaran angket. Hasil yang diperoleh melalui proses perancangan yang telah dilakukan bukan hanya perancangan ulang sebuah kemasan produk, tapi juga satu perangkat media pemasaran pendukungnya, termasuk di dalamnya buku panduan, iklan media, poster, dan sistem penamaan lini produk. Kesemuanya ini dimaksudkan untuk mempermudah konsumen, khususnya kelompok konsumen yang merupakan target pemasaran, dalam memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Kesimpulan yang dapat diambil dari proyek penelitian ini adalah bahwa penerapan metode pemasaran dan perancangan kemasan yang lebih baik adalah suatu kebutuhan sekaligus kesempatan untuk dapat bersaing dalam bisnis produk elektronik pada umumnya, dan *graphics card* pada khususnya.

Kata Kunci

komunikasi visual kemasan, pemasaran, produk elektronik, *graphic card*, *sub-brand*

PRAKATA

Perkenankan penulis untuk mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memungkinkan kelangsungan perancangan tugas akhir ini dengan lancar, antara lain :

- Ibu Sari Wulandari S,Sn., selaku dosen pembimbing utama tugas akhir.
- Bapak Arif Yaniadi S,Sn., selaku dosen *co-* pembimbing tugas akhir.
- Alexandra Setiadi, istriku tercinta, atas segala bentuk dukungannya.
- Bapak Budi Susanto, selaku pimpinan Millenium Computer, atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk melakukan survey.
- Bapak Michael S. Sunggiardi, dan selaku pimpinan Batutulis Computer/ PT. Bonet Utama, atas kerjasamanya dalam pengumpulan data.
- Rekan- rekanku di jurusan DKV Universitas Bina Nusantara.

Dalam aktifitas perancangan dan penyusunan pengantar tugas akhir kali ini, penulis telah berusaha maksimal. Meski demikian, penulis percaya bahwa masih banyak lagi hal dapat dibuat lebih baik lagi. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang ditujukan kepada penulis sangatlah diharapkan agar karya penulis di masa yang akan datang dapat lebih baik lagi.

Bogor, Juni 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Halaman Persetujuan <i>Softcover</i>	iii
Halaman Abstrak	iv
Prakata	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Lingkup Proyek Tugas Akhir	3
BAB 2 DATA DAN ANALISA	5
2.1 Fakta Fakta Mengenai <i>Graphics Card</i>	5
2.1.1 <i>Graphics Card</i> Sebagai Bagian Integral Komputer	5
2.1.2 Keberadaan dan Evolusi <i>Graphics Card</i>	7
2.1.3 <i>Graphics Card</i> Sebagai Produk Komersil	9
2.1.4 <i>Graphics Card</i> dan Klasifikasinya	12
2.2 Masalah Umum Pada Pemasaran <i>Graphics Card</i>	15
2.3 Tanggapan Masyarakat Mengenai <i>Graphics Card</i>	17

2.4	Profil Gigabyte™ Technologies	27
2.5	Hasil Survey Mengenai <i>Graphics Card</i> Gigabyte™	28
2.6	Pemasaran <i>Graphics Card</i> Gigabyte™ Technologies	31
2.7	Data Kompetitor	32
2.7.1	ASUS	32
2.7.2	3D Club	33
2.8	Target Pasar	34
2.9	Analisa SWOT <i>Graphic Card</i> Gigabyte™ Technologies	35
BAB 3	MASALAH DAN TUJUAN DESAIN	37
3.1	Identifikasi Masalah	37
3.2	Rumusan Masalah	38
3.3	Tujuan Desain	38
BAB 4	KONSEP DESAIN	40
4.1	Landasan Teori/ Metode	40
4.1.1	Teori Kemasan	40
4.1.2	Teori Pemasaran: <i>Value, Price, dan Benefit</i>	42
4.1.3	Teori Komunikasi	45
4.1.4	Teori Gestalt: Manajemen Keseragaman dan Variasi	46
4.1.5	Teori Warna: Value dan Persepsi	50
4.1.5.1	Value Natural Warna	51
4.1.5.2	Arti Warna Secara Umum	52
4.1.5.3	Warna – Warna di Alam	55
4.1.5.4	Kombinasi Warna Formal	56
4.1.5.5	Kombinasi Warna Informal	58

4.1.6	Teori Tipografi: Readability dan Legibility	61
4.1.7	Teori Semiotik	78
4.2	Strategi Kreatif	81
4.2.1	Strategi Komunikasi	81
4.2.1.1	Fakta Kunci	81
4.2.1.2	Masalah Yang Akan Dikomunikasikan	83
4.2.1.3	Tujuan Komunikasi	83
4.2.1.4	Profil Target Komunikasi	85
4.2.1.5	<i>Positioning</i>	87
4.2.1.6	<i>Tagline</i>	87
4.2.1.7	Pendekatan	88
4.2.2	Strategi Desain	88
4.2.2.1	Toner Dan Manner	89
4.2.2.2	Strategi Verbal	89
4.2.2.3	Strategi Visual	90
4.2.3	Pemilihan <i>Item</i>	94
4.2.3.1	<i>Sub- Brand</i> (Merek Sekunder)	95
4.2.3.2	Peta Petunjuk Kinerja	96
4.2.3.3	Kemasan Luar	97
4.2.3.4	Buku Panduan Teknis	97
4.2.3.5	Kemasan Perangkat Lunak	97
4.2.3.6	Iklan Majalah (<i>Soft Sell</i>)	98
4.2.3.7	Iklan Majalah (<i>Hard Sell</i>)	99
4.2.3.8	Kemasan <i>Gimmick</i>	99

4.2.3.9	Kantong Belanja	100
4.2.3.10	<i>Sales Display Kit</i>	100
4.2.3.11	<i>Desktop Wallpaper</i>	101
4.2.3.12	Poster <i>Soft Selling</i>	102
4.2.3.13	Poster <i>Hard Selling</i>	102
4.2.3.14	Iklan Edukasional	102
4.2.3.15	<i>Standing Banner</i>	103
BAB 5	HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	104
5.1	<i>Sub- Brand</i> (Merek Sekunder)	104
5.2	Peta Petunjuk Kinerja	108
5.3	Kemasan Luar	110
5.4	Buku Panduan Teknis	112
5.5	Kemasan Perangkat Lunak	115
5.6	Iklan Majalah (<i>Soft Sell</i>)	116
5.7	Iklan Majalah (<i>Hard Sell</i>)	117
5.8	Kemasan <i>Gimmick</i>	120
5.9	Kantong Belanja	121
5.10	<i>Sales Display Kit</i>	123
5.11	Desktop Wallpaper	125
5.12	Poster <i>Soft Selling</i>	126
5.13	Poster <i>Hard Selling</i>	128
5.14	Iklan Edukasional	129
5.15	<i>Standing Banner</i>	130

BAB 6	PENUTUP	131
6.1	Kesimpulan	131
6.2	Saran	131
Daftar Pustaka	133
Daftar Riwayat Hidup	135
Lampiran		
Fotokopi Surat Survey		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	jenis GPU berdasarkan kelasnya per- Maret 2006	14
Tabel 2.2	usia responden	18
Tabel 2.3	gender responden	18
Tabel 2.4	pendidikan responden	19
Tabel 2.5	pendapatan responden	20
Tabel 2.6	responden yang memiliki komputer pribadi	20
Tabel 2.7	responden yang menggunakan komputer untuk kerja	21
Tabel 2.8	peran kemasan di mata responden	22
Tabel 2.9	pendapat responden terhadap kemasan produk elektronik	23
Tabel 2.10	responden yang familiar dengan <i>graphics cards</i>	23
Tabel 2.11	pengaruh dalam pemilihan <i>graphics cards</i>	24
Tabel 2.12	kualitas kemasan <i>graphics cards</i> paling berpengaruh terhadap konsumen	25
Tabel 2.13	nilai rata- rata pengaruh komponen kemasan <i>graphics cards</i>	26
Tabel 2.14	perbandingan antara responden yang familiar dengan yang Memiliki produk Gigabyte	29
Tabel 2.15	peranan kemasan Gigabyte terhadap konsumen	29
Tabel 2.16	pendapat responden terhadap kualitas kemasan Gigabyte	30
Tabel 2.17	nilai rata- rata pendapat responden terhadap kualitas kemasan Gigabyte	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	hubungan integral unsur- unsur representasi	80
Gambar 4.2	pola hubungan dalam konteks perancangan	80
Gambar 4.3	warna- warna untuk <i>fire series</i>	91
Gambar 4.4	warna khas <i>bellatrix, rigel, dan vega</i>	91
Gambar 4.5	jenis huruf “microgamma”	92
Gambar 4.6	jenis huruf “trebuchet”	92
Gambar 5.1	simbol dari tiap elemen	105
Gambar 5.2	desain logo yang digunakan	106
Gambar 5.3	modifikasi dan batasan penggunaan logo pada kemasan	106
Gambar 5.4	pola ketentuan merek dagang pada kemasan	108
Gambar 5.5	<i>bar graph</i> dan <i>dial- meter</i>	109
Gambar 5.6	peta petunjuk kinerja pada <i>fire series</i>	109
Gambar 5.7	bentuk dan dimensi tampak depan dan tampak belakang untuk kemasan luar	110
Gambar 5.8	bentuk dan dimensi tampak samping untuk kemasan luar	111
Gambar 5.9	bentuk dari buku panduan teknis	112
Gambar 5.10	dimensi dari buku panduan teknis	113
Gambar 5.11	fitur desain dari buku panduan teknis	114
Gambar 5.12	kemasan perangkat lunak	115
Gambar 5.13	iklan majalah (<i>soft sell</i>)	116
Gambar 5.14	iklan majalah (<i>hard sell</i>) versi 1	117
Gambar 5.15	iklan majalah (<i>hard sell</i>) versi 2	118

Gambar 5.16	iklan majalah (<i>hard sell</i>) versi 3	119
Gambar 5.17	kemasan <i>gimmick</i>	120
Gambar 5.18	kantong belanja keadaan terbuka	121
Gambar 5.19	kantong belanja keadaan tertutup	122
Gambar 5.20	<i>sales display kit</i>	123
Gambar 5.21	dimensi <i>sales display kit</i>	124
Gambar 5.22	<i>desktop wallpaper</i> versi <i>vega</i>	125
Gambar 5.23	<i>desktop wallpaper</i> versi <i>rigel</i>	126
Gambar 5.24	<i>desktop wallpaper</i> versi <i>bellatrix</i>	126
Gambar 5.25	poster <i>soft selling</i>	127
Gambar 5.26	poster <i>hard selling</i>	128
Gambar 5.27	iklan edukasional	129
Gambar 5.28	<i>standing banner</i>	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Angket Yang Diedarkan	L1-L4
Foto Foto Situasi Pasar	L5-L8