

## BAB IV

### IMPLEMENTASI KARYA

Aplikasi final desain dari perancangan karya yang telah dijabarkan pada bab III disajikan bersama konsep dan rencana penempatannya.

#### 1.1 Implementasi Desain

Dari sketsa desain terpilih pada masing-masing media diimplementasikan pada setiap media yang telah dipilih. Untuk membuat iklan yang mampu membangun dan meningkatkan *brand awareness* maka pada setiap desain dirancangan sebagai berikut:

1. Desain pada setiap media dirancang dengan membuat *point of interest* pada bentuk lengkung yang menempel pada kiri atas setiap media promosi. Bentuk yang lengkung bertujuan agar tampak dinamis dan tidak kaku, berwarna *pink* yang mengambil warna *corporate* Esther House of Beauty yang juga bertujuan menciptakan diferensiasi, dan warna blok hijau sebagai list yang bertujuan memberikan tekanan herbal melalui warna.
2. Pesan yang disampaikan singkat dan mudah diingat, dengan konsep penyampaian yang seragam.
3. Cara penyampaian pesan dibuat berbeda dengan pendekatan semiotik analitik dan semiotik sosial.
4. Penggunaan *tagline* “*harmony treatment for true beauty*” membantu konsumen mengingat merek.
5. Desain media promosi dirancang dengan konsep dan layout yang konsisten. Iklan yang konsisten diharapkan mampu membuat konsumen merasa familier

6. dengan Esther house of beauty yang tentunya diharapkan berkembang menjadi *top of mind* dalam benak konsumen. Adapun layout yang konsisten pada setiap media disajikan pada setiap media sebagai berikut:
  - a. Posisi bidang pink dan hijau yang bersudut lengkung selalu diletakkan pada kiri atas media promosi.
  - b. Tipografi yang digunakan baik headline, sub headline maupun body copy selalu menggunakan huruf arial.
  - c. Logo selalu diletakkan pada kanan bawah, dan tagline pada samping kiri logo.
  - d. Penulisan tagline: *Harmony Treatment* selalu dicetak miring, dan *for true beauty* dicetak normal.
  - e. Warna-warna yang digunakan hanyalah warna pink, hijau, putih dan abu-abu seperti yang telah ditentukan pada konsep kreatif.

Berikut disajikan implementasi final desain beserta rencana penempatannya pada masing-masing media.

#### 1. Billboard

Billboard diimplementasikan dengan ukuran 3m x 5m. Desain billboard seperti pada gambar 4.1 sampai 4.5 dirancang dengan perbandingan keseluruhan 1:50 sehingga bila desain ini akan diperbesar ataupun diperkecil, perubahan ukuran dilakukan pada semua elemen desain. Billboard dibuat dalam 3 seri yaitu:

a. Billboard Botox.



Gambar 4.1 Implementasi Iklan Billboard Botox.

Billboard foto buah apel dengan suntikan, buah apel yang membusuk dan alat suntik merupakan ide dan warna hijau segar pada bagian atas apel yang terkena suntikan sebagai beban (makna) yang menjelaskan secara visual hasil yang dicapai mengacu pada perawatan yang ditawarkan oleh Esther House of Beauty dalam hal ini adalah suntikan botox. Disamping itu apel secara denotasi merupakan buah yang kaya akan vitamin serta membantu menurunkan kolesterol dan berat badan pada kasus kegemukan. Hal ini sudah menjadi makna yang dikenal luas oleh masyarakat dan menjadi lambang yang seringkali digunakan dalam dunia kecantikan serta sudah akrab dengan masyarakat (semiotik sosial). Kalimat "*Rejuvenation + Botox, Perfect and safe for wrinkle*" menjadi lambang yang diciptakan mengacu kepada pemaknaan kalimat tersebut oleh audiens (pemakai) untuk memaknai kalimat ini sebagai bentuk hasil

akhir (kesinambungan) dari apa yang digambarkan melalui buah apel busuk yang tampak segar setelah disuntik.

Botox, salah satu perawatan medical dari Esther House of Beauty untuk mewakili konsep medical menggunakan foto buah apel yang sudah kisut sebagai semiotik dari kulit yang mengalami penuaan dengan jarum suntik sebagai semiotik dari suntikan botox. Pada bagian yang disuntik diberi efek apel segar yang masih hijau, tujuannya ingin menyampaikan kepada audiens bahwa injeksi botox di Esther House of Beauty mampu mengatasi masalah kerutan, penuaan dini dan meremajakan kulit. Bahkan apel yang kisutpun dapat kembali segar setelah perawatan dengan botox di Esther House of Beauty.

b. Billboard Herbal Phototherapy

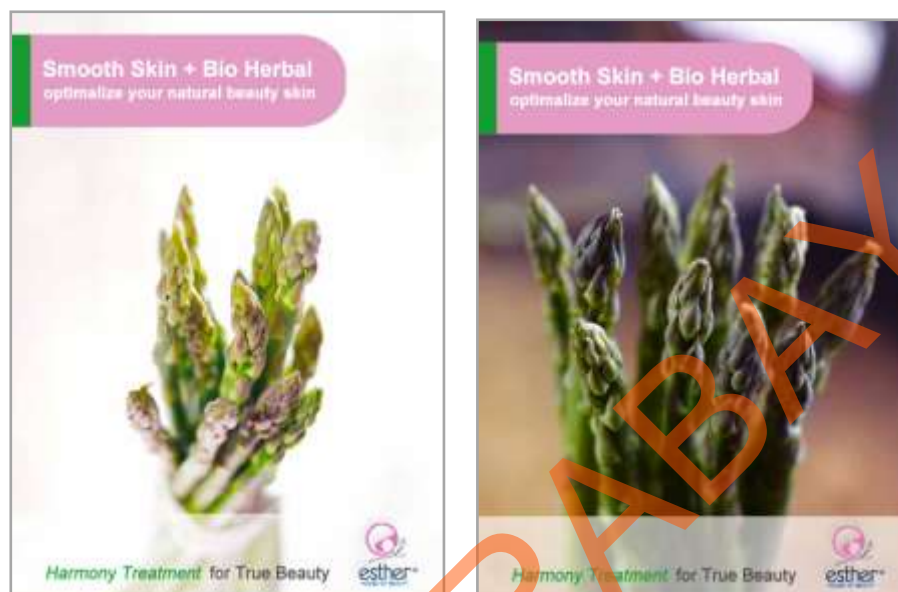


Gambar 4.2 Implementasi Iklan *Herbal Photo Therapy*.

*Herbal photo therapy*, salah satu perawatan dengan menggunakan teknologi laser yang diunggulkan oleh Esther House of Beauty guna mengangkat bulu halus ditubuh. Penggunaan foto buah kiwi pada billboard dianalisis menjadi ide, sedangkan makna dari buah kiwi yang bersih tanpa bulu pada bagian tengahnya menjadi beban (makna) yang terdapat dalam buah tsb. Dimana hal ini dimaknai sebagai bentuk yang mengacu pada perawatan di Esther House of Beauty. Kalimat “*Glowing + Herbal phototherapy, The safely and perfect for hair removal*” menjadi lambang yang diciptakan mengacu kepada pemaknaan kalimat tersebut oleh audiens (pemakai) untuk memaknai kalimat ini sebagai bentuk hasil akhir (kesinambungan) dari apa yang digambarkan melalui buah kiwi tadi.

Iklan ini mewakili konsep *advance aesthetic therapy* digambarkan dengan buah kiwi dengan bagian tengah kulit tampak bersih, tanpa cacat, tanpa bulu halus dari kulit kiwi. Tujuannya menyampaikan pada audiens perawatan herbal photo therapy di Esther House of Beauty mampu menghilangkan bulu-bulu halus bahkan sehalus bulu kulit kiwi dengan hasil yang “*glowing,*” terjamin kualitasnya, dan aman.

c. Billboard *Bioherbal*



Gambar 4.3 Implementasi Iklan Billboard Bioherbal

Asparagus pada billboard merupakan ide sekaligus makna yang menjelaskan penggunaan bahan herbal pada perawatan Esther House of Beauty. Kalimat "*Smooth skin + Bio herbal, optimize your natural beauty skin*" menjadi lambang yang diciptakan mengacu kepada pemaknaan kalimat tersebut oleh audiens (pemakai) untuk memaknai kalimat ini sebagai bentuk hasil akhir (kesinambungan) dari apa yang digambarkan melalui foto asparagus.

*Bio-herbal*, salah satu perawatan unggulan dari Esther House of Beauty yang menggunakan bahan dasar asparagus. Bahan ini efektif mengatasi berbagai masalah kulit.

d. Ilustrasi penempatan billboard



Gambar 4.4 Ilustrasi Penempatan Billboard Bagian 1.



Gambar 4.5 Ilustrasi Penempatan Billboard Bagian 2

Iklan billboard direncanakan ditempatkan pada beberapa titik dikota surabaya yaitu Jl. Mayjend Sungkono dan Jl. Dipenogoro. Titik-titik ini dipilih dengan pertimbangan bahwa jalur ini merupakan jalur yang padat sehingga pengendara masih memiliki waktu untuk mengamati iklan billboard yang dipasang.

## 2. Iklan Majalah



Gambar 4.6 Iklan Majalah



Gambar 4.7 Ilustrasi Penempatan Iklan Majalah.

Media ini menggunakan teknik fotografi still life. Foto apel merupakan ide sedangkan pemaknaan apel yang membusuk dibuka dengan perlambangan



retsleting (seolah seperti pakaian) berganti kulit menjadi apel yang segar sebagai beban (makna) yang menjelaskan secara visual hasil yang dicapai mengacu pada perawatan yang ditawarkan oleh Esther House of Beauty dalam hal ini adalah suntikan botox. Disamping itu apel secara denotasi merupakan buah yang kaya akan vitamin serta membantu menurunkan kolesterol dan berat badan pada kasus kegemukan dan menangkal radikal bebas terhadap penuaan dini. Hal ini sudah menjadi makna yang dikenal luas oleh masyarakat dan menjadi lambang yang seringkali digunakan dalam dunia kecantikan serta sudah akrab dengan masyarakat (semiotik sosial). Kalimat "*Anti Aging + Dermabration, Opitmalized your natural beauty skin*" menjadi lambang yang diciptakan mengacu kepada pemaknaan kalimat tersebut oleh audiens (pemakai) untuk memaknai kalimat ini sebagai bentuk hasil akhir (kesinambungan) dari apa yang digambarkan melalui buah apel busuk berganti kulit menjadi apel yang segar.

Iklan majalah ditempatkan pada majalah Femina dan majalah Dewi. Iklan menggunakan semiotika buah apel untuk mewakili konsep herbal. Digambarkan buah apel yg sudah "menua" berganti menjadi buah apel merah segar. Dengan pesan teks: *Anti Aging + Dermabration, optimalized your natural beauty skin*. Bertujuan menyampaikan pada audiens untuk mencegah penuaan dipadu dengan teknologi dermabrasi mampu mengoptimalkan kecantikan kulit. Iklan didesain 1 Halaman *full color*, ditempatkan pada halaman dalam majalah, pada halaman setelah sambutan redaksi. Ukuran

iklan trim 214 mm x 284 mm, Bleed 220 mm x 292 mm. Untuk majalah dewi 1 halaman dalam (FC), ukuran 24,7cm x 33cm.

## 2. Brosur



Gambar 4.8 Brosur *Face Treatment*-Sisi Luar.



Gambar 4.9 Brosur *Face Treatment*-Sisi Dalam



Gambar 4.10 Brosur *Hand-foot Treatment*-Sisi luar



Gambar 4.11 Brosur *Hand-Foot Treatment*-Sisi Dalam



Gambar 4.12 Brosur *Body Treatment*-Sisi Luar



Gambar 4.13 Brosur *Body Treatment*-Sisi Dalam





Gambar 4.14 Brosur *Hair Treatment*-Sisi Luar



Gambar 4.15 Brosur *Hair Treatment*-Sisi Dalam

Pada media ini, semiotik analitik pada sisi luar dan dalam brosur ditampilkan fotografi rambut panjang berkilau, wajah bersih dan sehat, tubuh langsing, dan kulit kaki dan tangan yang halus sebagai ide, pemaknaannya rambut

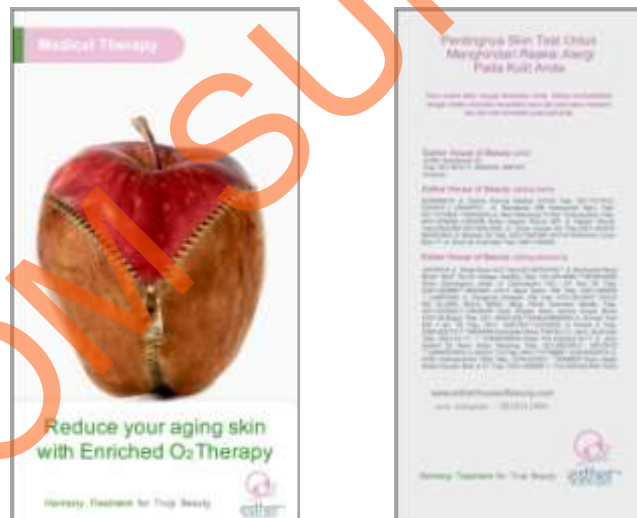
panjang yang berkilau menjadi indikasi rambut yang sehat, wajah putih bersih tanpa noda dimaknai sebagai cantik alami yang seutuhnya diinginkan setiap wanita, tubuh langsing sudah menjadi mitos sosial sebagai tolok ukur sebuah kecantikan, dan kulit kaki dan tangan yang sehat dimaknai dari tampilan halus dan glowing dari foto. Kesemua *image* ini diperkuat dengan tampilan foto herbal dan headline masing-masing brosur yaitu: “*Get a younger look of your*”, “*Get a perfect body of you*”, “*Get a healthy hand & foot*”, “*Get a healthy & strong hair*” merupakan lambang yang diciptakan mengacu kepada pemaknaan kalimat tersebut oleh audiens (pemakai) untuk memaknai kalimat ini sebagai bentuk hasil akhir yang diharapkan (kesinambungan) dari apa yang digambarkan melalui foto model.

Brosur didesain dengan ukuran 210mm x 297mm bentuk *trifold*. Brosur didominasi *image*. Pada bagian depan brosur ditampilkan wajah model *close-up* untuk menarik perhatian. Brosur dibagikan disetiap kesempatan saat promosi dilangsungkan terutama promosi eksternal rutin seperti *sales call*, *soft opening* dan sebagainya.

3. Rack card



Gambar 4.16 Rack Card for Advance Therapy



Gambar 4.17 Rack Card for Medical Therapy

STIKOM SURABAYA



Gambar 4.18 Rack Card for Herbal Therapy

Rack card sama halnya dengan brosur di desain full color pada kedua sisinya dengan konsep yang sama dengan brosur. Rack card di desain dengan ukuran 10cm x 21cm, dengan full image pada bagian depan dan penjelasan headline pada bagian belakang diikuti keterangan outlet yang dimiliki oleh Esther House of Beauty. Rack card akan dibagikan pada promo eksternal maupun internal (dalam klinik). Umumnya rack card ditempatkan pada rak khusus yang sudah disediakan karena informasi pada rack card umumnya spesifik mengarah pada headline yang dicantumkan.



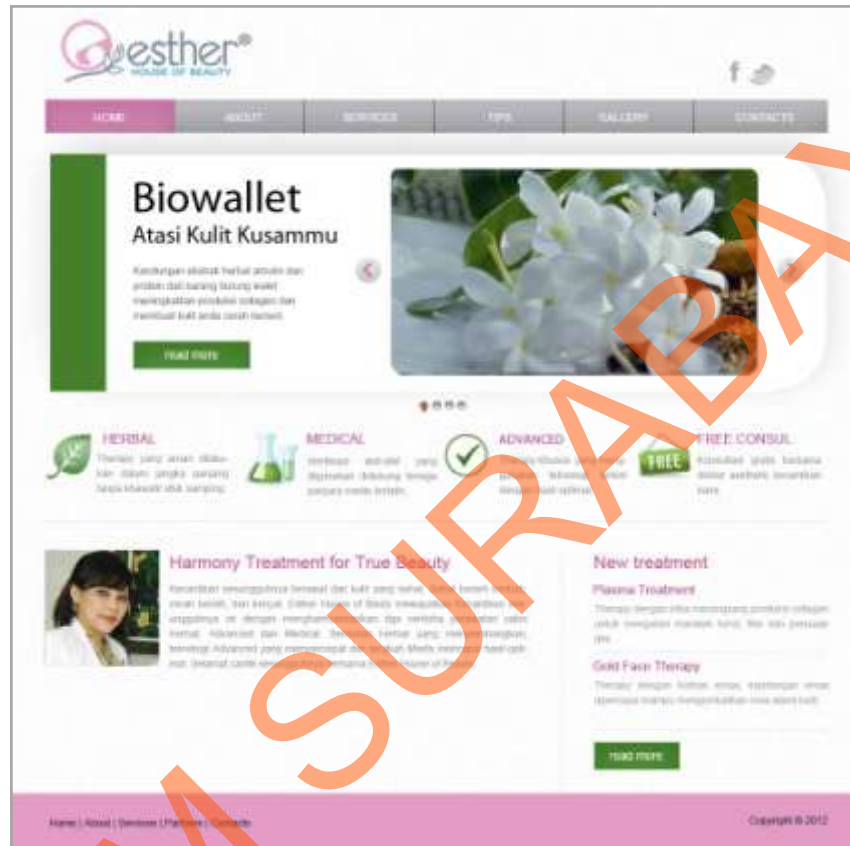
#### 4. Banner



Gambar 4.19 Banner

Media ini menggunakan konsep semiotika yang sama dengan iklan majalah. Banner di desain dengan ukuran 60cm x 160cm dibuat dalam bentuk roll banner dengan bahan PVC. Banner dipajang pada saat dilakukan promo eksternal rutin seperti *sales call*, promo *special event* ataupun pada *event* berbentuk sponsor/kerjasama untuk menarik perhatian audiens yang melewatinya.

## 5. Website



Gambar 4.20 Website Esther House of Beauty

Pada media ini konsep semiotik analitik pada halaman depan berupa foto model wanita, foto herbal dan icon-icon berwarna hijau dan layout dominasi warna putih merupakan ide yang dimaknai sebagai berikut: Foto model wanita dan herbal dan icon dimaknai sebagai bentuk *harmony treatment* yang ditawarkan oleh Esther House of Beauty, sedang tampilan layout didominasi warna putih-abu-abu dimaknai sebagai bentuk perwujudan teknologi dan medical yang dimiliki oleh Esther House of Beauty.

Headline dan sub headline pada halaman awal menjadi pemaknaannya menonjolkan konsep herbal, medis, dan teknologi melalui penggunaan warna hijau, putih dan abu-abu. Kalimat pada setiap promosi (halaman awal) menjadi lambang yang diciptakan mengacu kepada pemaknaan kalimat tersebut oleh audiens (pemakai) untuk memaknai kalimat ini sebagai bentuk hasil akhir (kesinambungan) dari apa yang digambarkan melalui foto model dan herbal yang dijabarkan.

Pada desain website ini diutamakan penataan tulisan pada artikel, untuk kenyamanan membaca, *user friendly*, serta pemilihan judul serta isi artikel guna menarik perhatian pengunjung untuk membuka situs ini.

#### 6. *Shopping Bag*



Gambar 4.21 Pola dan Bentuk Jadi *Shopping Bag*

Pada media ini, konsep semiotik analitik ditekankan pada ide *simple and clean* diwujudkan dengan penggunaan tampilan yang bersih, dan sederhana. Warna putih, *pink* dan hijau yang digunakan dimaknai sebagai perwujudan konsep medical, herbal dan teknologi yang mudah melekat dibenak

konsumen. Pada media ini logo dan tagline ditampilkan pada bagian depan dan belakang. Untuk outlet-outlet Esther house of Beauty ditempatkan pada samping kiri dan kanan secara vertikal dan rata tengah.

*Shopping bag* dibuat dengan bahan kertas, ukuran 14cm x 8cm x 24cm. dicetak dengan sistem offset/printing serta dilaminasi. *Shopping bag* diberikan pada setiap klien yang berbelanja produk Esther house of beauty.

#### 7. *Stationary set*



Gambar 4.22 *Stationary Set*

Konsep semiotik pada *stationary set* diaplikasikan sama dengan *shopping bag* yang dijelaskan pada halaman 135. Kop surat dibuat dengan ukuran 210mm x 297mm, amplop surat dibuat dengan ukuran 11cm x 23cm. logogram Esther House of Beauty dibuat watermark sebelah kanan, logo di kanan bawah dan outlet sebelah kiri bawah. Alamat kantor pusat ditempatkan sebelah kiri atas, agar langsung terbaca untuk memudahkan surat-menyurat. Kop surat dan amplop digunakan sebagai alat komunikasi eksternal resmi perusahaan terhadap rekanan.

## 1.2 Implementasi Desain Publikasi

Rancangan yang telah dibuat untuk publikasi diimplementasikan dalam bentuk cetak *digital printing*. Poster dicetak ukuran 297mm x 420 mm pada kertas art paper dengan finishing laminasi glossy. Cover dvd dicetak ukuran 27cm x 18cm. dan cakram dvd diameter 11,5cm. Publikasi ini digunakan sebagai media publikasi perancangan karya Tugas Akhir.



Gambar 4.23 Final Desain Poster Publikasi



Gambar 4.24 Final Desain Cakram Dvd



Gambar 4.25 Final Desain Cover Dvd