

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk ekonomi dan makhluk sosial, sehingga untuk memenuhi sifat dasar manusia ini dibutuhkan faktor penunjang yaitu proses komunikasi. Komunikasi adalah pola interaksi antara dua pihak atau lebih untuk menyampaikan pesan dari sumber/komunikator kepada penerima pesan/komunikan. Pesan dapat berupa ide, gagasan atau informasi yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi maupun mengubah pola pikir penerima pesan. Dengan adanya komunikasi maka pesan atau gagasan yang disampaikan dapat terjadi dan dilaksanakan.

Komunikasi dapat dibagi menjadi dua, yakni komunikasi personal yang berarti komunikasi secara langsung yang dilakukan antara dua individu, sedangkan komunikasi massa adalah komunikasi yang melibatkan antara seorang maupun kelompok melalui media tertentu yang disampaikan kepada massa/ masyarakat dengan jumlah yang relatif banyak. Komunikasi massa cenderung bertujuan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi khalayak banyak dengan melakukan pertimbangan terlebih dahulu, yaitu segmentasi, *targeting market* dan *positioning* karena penerima pesan adalah masyarakat heterogen.

Komunikasi massa menggunakan media yang dapat dilihat dan efektif untuk menyampaikan pesannya kepada orang banyak, media atau medium secara harfiah berarti pengantar atau perantara pesan bagi sumber terhadap penerima pesan. Media berdasarkan cara menyampaikannya dapat dibagi menjadi tiga, yakni media *Above The Line*, *Below The Line* dan *Through The Line*. Menggunakan media televisi, radio, *billboard*, *website*, dan poster cetak merupakan bagian dari penyampaian pesan melalui *Above The Line* karena ditujukan bagi masyarakat luas dan tidak spesifik. *Below The Line* merupakan penggunaan media yang menargetkan kelompok lebih spesifik berdasarkan target *market* dengan menawarkan produk secara langsung seperti *sales promotion* dengan *company profile*, brosur atau *flyer*, *public relation* dan *telemarketing*. Sedangkan *Through The Line* merupakan penggabungan dua metode yakni *Above The Line* dan *Below The Line* dengan produk yang sama.

Media secara garis besar juga dapat dibagi menjadi dua, yakni media elektronik dan media cetak. Media elektronik kebanyakan menggunakan visual yang digital dan dinamis (*motion* atau iklan bergerak) pada TV dan tidak lepas dari pengaruh zaman, radio juga menjadi bagian media elektronik namun hanya menyampaikan pesan melalui auditori (pendengaran). Media cetak mengandalkan penekanan warna, tipografi, dan gambar pendukung yang mampu mengilustrasi dan menyampaikan pesan secara langsung maupun metafora (perumpamaan) teruntuk target *market* yang lebih spesifik atau kelompok tertentu.

Taman Margasatwa Ragunan didirikan pada tanggal 19 September tahun 1864 di Batavia (kini Jakarta) dengan nama "*Planten en Dierentuin*". Pertama kali di kelola oleh perhimpunan penyayang flora dan fauna Batavia (*Culture Vereniging Planten en Dierentuin at Batavia*). Taman ini berdiri di atas lahan seluas 10ha di Jalan Cikini Raya No 73 yang di hibahkan oleh Raden Saleh, pelukis ternama di Indonesia.

Setelah Indonesia merdeka, pada tahun 1949 namanya di ubah menjadi Kebun Binatang Cikini. Dengan perkembangan Jakarta, Cikini menjadi tidak cocok lagi untuk peragaan satwa. Pada tahun 1964, pada masa Gubernur DKI Jakarta Dr. Soemarno, dibentuk badan persiapan pelaksanaan pembangunan kebun binatang untuk memindahkan dari Jalan Cikini Raya No 73 Ke Pasar Minggu, Jakarta Selatan yang diketuai oleh Drh. T.H.E.W. Umboh. Pemerintah DKI Jakarta menghibahkan lahan seluas 30ha di Ragunan, Pasar Minggu yang jaraknya kira-kira 20km dari pusat kota. Kepindahan dari kebun binatang Cikini ke Ragunan membawa lebih dari 450 ekor satwa yang merupakan sisa koleksi terakhir dari kebun binatang Cikini.

Kebun binatang Ragunan dibuka secara resmi pada 22 Juni 1966 oleh Gubernur DKI Jakarta, Mayor Jenderal Ali Sadikin dengan nama Taman Margasatwa Ragunan. Pada tahun 1974 Taman Margasatwa Ragunan dipimpin oleh Benjamin Galstaun direktur pertama waktu itu. Pada tahun 1983 berubah namanya menjadi Badan Pengelola Kebun Binatang Ragunan. Pada tahun 2001 berubah lagi menjadi Kantor Taman

Margasatwa Ragunan dan terakhir pada tahun 2009 berubah menjadi UPT (Unit Pelayanan Teknis) Taman Margasatwa Ragunan. Pada tahun 2010 namanya berubah menjadi BLUD (Badan Layanan Umum Daerah) Taman Margasatwa Ragunan. Saat ini luas taman margasatwa Ragunan mencapai 147ha dengan koleksi satwa 2101 ekor satwa dari 220 spesies. taman margasatwa Ragunan dimaksudkan sebagai sarana pembelajaran dan sumber ilmu pengetahuan fauna bagi masyarakat, khususnya kaum pelajar dan kaum masyarakat menengah. Satwa liar yang dibatasi dengan pagar, tujuannya agar penonton bisa mengobservasi langsung keanekaragaman satwa yang ada di Indonesia.

Sangat disayangkan, tidak adanya sistem *brand* yang terintegrasi membuat taman margasatwa Ragunan kehilangan *unity* (kesatuan) dari segi visual yang ada pada implementasi tiap departemen pada taman tersebut. Sebagai contoh, pintu masuk utama dan pintu masuk barat yang memiliki gambar spanduk berbeda, sistem *signage* yang tidak *unity* secara ranah visual (logo dan beberapa elemen korporat berupa kop surat, baju pegawai serta souvenir memiliki unsur desain yang berbeda). Meskipun taman margasatwa Ragunan diperuntukkan untuk rekreasi dan sarana ilmu pengetahuan bagi masyarakat kelas menengah, mengingat harga tiket masuk yang relatif murah, namun tidak seharusnya disuguhi dengan identitas visual yang tidak menyatu padu di taman sebesar 147 hektar ini. Hal ini dapat membuat kesan serta kualitas dari taman margasatwa Ragunan menjadi berkurang.

Tugas akhir ini dirancang untuk menunjukkan kepada pemerintah seberapa besar potensi yang dimiliki oleh taman margasatwa Ragunan. Adalah sebuah tantangan tersendiri bagi penulis untuk membuat sistem *brand* taman margasatwa Ragunan Jakarta yang terintegrasi dan tepat sasaran. Melakukan perubahan secara signifikan yang dimulai dari substansi terdalam, serta menciptakan visual yang menginspirasi dan membawa pengaruh secara langsung kepada *audience* secara emosional dan rasional. Hal ini dimaksudkan agar terjadi perubahan menyeluruh yang diupayakan melalui proses yang akurat serta profesional, sehingga dapat membuktikan bahwa taman margasatwa Ragunan adalah institusi edukasi dan rekreasi yang dapat dipercaya, diandalkan, serta menginspirasi masyarakat Indonesia untuk mau bergerak dalam upaya memasyarakatkan *edutainment* (edukasi sambil rekreasi).

1.2 Penegasan Makna Judul

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang dan implementasi yang ada di atas maka makna judul dari skripsi yang penulis buat adalah PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TAMAN MARGASATWA RAGUNAN. Dalam penegasannya makna judul yang penulis buat adalah:

- Perancangan Ulang :Proses penerapan berbagai teknik dan prinsip yang bertujuan untuk mendefinisikan sebuah peralatan, satu proses atau satu sistem secara detail yang membolehkan dilakukan realisasi fisik.
- Identitas Visual :Identitas visual sering digunakan untuk membedakan suatu produk/ jasa dengan produk/ jasa pesaing sehingga *customer* akan dengan mudah mengidentifikasi suatu merek hanya dengan melihat sebagian dari tampilan visualnya.
- Taman Margasatwa Ragunan :Taman peraga fauna dan flora yang ditujukan untuk *edutainment* bagi masyarakat Indonesia khususnya Jakarta dan sekitarnya.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan yang ada di atas bahwa taman margasatwa Ragunan mengalami masalah *unity* (kesatuan) pada identitas visual beserta implementasinya di lapangan. Hal ini dapat berimbas terhadap pemerintah DKI Jakarta sebagai pihak yang ikut terlibat dalam pembangunan serta memberikan subsidi.

Hal yang mungkin terjadi adalah khalayak masyarakat mempertanyakan kinerja pemerintah maupun pihak taman margasatwa Ragunan terhadap visual taman tersebut yang bermasalah pada *unity* (kesatuan). Taman margasatwa di luar kota seperti Bandung menetapkan standar desain visual (contoh: papan keterangan satwa) dapat menjadi studi banding yang memiliki kesatuan dan konsistensi pada desain ataupun penggunaan material.

Berkaitan dengan Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan, penulis ingin membangun citra yang baru di mata masyarakat dengan memanfaatkan *unity* (kesatuan) dan konsistensi pada tiap aspek agar taman margasatwa Ragunan memiliki standar yang mampu bersaing dengan taman sejenis.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang didapat adalah “Bagaimana merancang *unity* (kesatuan) identitas visual Taman Margasatwa Ragunan agar tidak

kehilangan kualitas dan kesan secara visual sehingga masyarakat tertarik untuk melihat?

1.5 Asumsi Dasar

Berdasarkan dengan latar belakang pada perancangan proposal tugas akhir, terdapat asumsi dasar penulis sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran institusi akan pentingnya *unity* dalam identitas visual yang dimiliki TMR (Taman Margasatwa Ragunan).
2. Kurangnya media promosi yang dapat melahirkan kembali TMR sebagai salah satu lokasi *edutainment* (edukasi sambil rekreasi).
3. Implementasi elemen intrinsik di dalam TMR yang terkesan hanya untuk kalangan menengah kebawah sehingga kurang memiliki daya saing terhadap kebun binatang luar negeri.

1.6 Tujuan

Tujuan penulis membuat Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai persyaratan kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Srata 1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul.
2. Dapat memberikan gambaran dan informasi terhadap masyarakat bahwa taman margasatwa di Jakarta memiliki daya saing secara visual terhadap taman margasatwa di dalam maupun di luar negeri.

3. Menjadi bahan acuan atau referensi untuk tugas selama perkuliahan pada setiap mahasiswa.
4. Menggunakan segala kemampuan yang didapat selama menempuh pendidikan di Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Esa Unggul yang dibentuk dalam penciptaan tugas akhir ini, hingga nantinya karya tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat dan pada instansi pendidikan.

1.7 Manfaat

Penulis mengharapkan manfaat selama proses merancang ulang identitas visual dari taman margasatwa Ragunan, dengan harapan sebagai berikut:

1.7.1 Manfaat Bagi Institusi

Sebagai bahan acuan penulisan maupun referensi dalam berkarya untuk para mahasiswa agar dapat menjalin kerja sama yang baik dengan institusi.

1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan

Mendapatkan identitas visual yang memiliki *unity* (kesatuan) serta dapat memiliki wawasan lebih mengenai referensi desain dalam membuat pencitraan baru perusahaan yang mengikuti standar global.

1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat adalah memberikan kesan yang baru bahwa taman margasatwa Ragunan memiliki *unity* (kesatuan) dalam visual yang mampu bersaing dengan taman margastwa di dalam ataupun luar negeri, sehingga masyarakat dapat bangga oleh sarana yang dimiliki.

1.8 Metode Perancangan

Pada Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan ini metode perancangan berisi paparan deskriptif mengenai langkah-langkah dalam proses perancangan. Langkah-langkah ini meliputi metode pengumpulan data yang berisi data lapangan, data kajian literatur dan data kajian karya komunikasi visual acuan. dan terdapat juga metode analisa data yang berisi metode analisa kualitatif, analisa *SWOT*, sintesis. Proses tersebut tidak hanya berjalan secara runtut dan berhenti pada tahapan akhir, melainkan ada kemungkinan terjadi umpan balik pada salah satu tahapan ke tahapan lainnya. Lebih lanjut, kerangka rancangan yang digunakan dalam proses Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan diuraikan sebagai berikut:

1.8.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data terbagi menjadi tiga bagian berdasarkan pada bagaimana cara mendapatkan data-data yang pasti akan dibutuhkan

oleh penulis dalam pembuatan karya tugas akhirnya, untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut:

1.8.1.1 Data Lapangan

Dalam pengambilan data lapangan terdiri atas 4 jenis data yang digunakan antara lain :

1. Data Observasi

Metode ini bertujuan untuk mengetahui keadaan target *audience* atau pasar. Sangat efektif sebagai dasar untuk menentukan pilihan media dan strategi perancangan yang tepat untuk mengangkat taman margasatwa Ragunan. Metode observasi dapat dilakukan dengan teknik observasi langsung, yaitu pengamatan dengan terjun langsung ke tempat yang menyediakan kebutuhan kesukaan target *market* (dalam hal ini adalah anak-anak) seperti toko buku atau toko mainan yang mempunyai karakteristik khas untuk anak-anak.

2. Data Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpul data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara dilakukan terhadap pihak *Marketing* taman margasatwa Ragunan yakni Pak Bambang, secara langsung di pusat kantor informasi taman margasatwa Ragunan. Kegiatan wawancara memiliki beberapa tujuan, antara lain:

- a. Memperoleh informasi dan memperkuat asumsi dasar

- b. Mendukung proses perancangan dari hasil wawancara dengan pihak terkait.

1.8.1.2 Data Kajian Literatur

Data kajian literatur adalah data formal yang didapat atau dikeluarkan oleh sumber informasi, yang dikutip dan dimasukkan dalam suatu laporan hasil survey. Bisa berupa apa saja seperti artikel, buku, jurnal, *website* dan lain-lain.

1. Media Cetak

Salah satu literatur yang digunakan penulis adalah buku teori warna oleh Dameraia yang mendukung perancangan terhadap keefektifan warna kepada target *market* (anak-anak), selain itu terdapat pula buku Tipografi oleh Surianto Rustan yang berisikan mengenai citra tipografi di mata konsumen.

Literatur di atas belum semuanya disebutkan, karena nanti pasti akan adanya penambahan-penambahan disaat penulis mengerjakan karya tugas akhir nanti. Literatur tersebut hanya menjadi salah satu dari bagian dari patokan dalam penulisan laporan dan penciptaan tugas akhir.

2. Media Elektronik

Dalam media elektronik, penulis mengacu pada internet dan data yang diambil bersumber dari *website* dan *e-mail* dimana media elektronik tersebut sebagai pelengkap dalam memberikan informasi mengenai

konten yang akan penulis buat. Beberapa di antaranya adalah <http://Ragunanzoo.jakarta.go.id> dan <http://www.desainstudio.com/2013/04/mengenal-sistem-identitas-visual.html>.

3. Dokumentasi

Dikarenakan penulis ingin merancang media promosi berupa identitas visual berupa logo, *stationery* dan lainnya. Maka penulis langsung mengambil beberapa foto di taman margasatwa Ragunan untuk menunjang proses perancangan.

Gambar 1.1

GAMBAR GAJAH (KIRI)



Gambar 1.2

GAMBAR SIGNAGE (KANAN)



Sumber: (kiri) Harby Gunawan, 2015, (kanan) Harby Gunawan, 2015

1.8.1.3 Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan

Dalam pembuatan karya Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan untuk target *market* anak-anak, dibutuhkan data acuan sebagai bahan atau referensi untuk pembuatan karya tugas akhir, sehingga dapat dipertanggung jawabkan keberadaannya. Data karya acuan dalam Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan yang dipakai adalah contoh karya tugas akhir mahasiswa Universitas Esa Unggul dan contoh poster dari gaya desain Pop Art. Beberapa karya acuan yang dipilih oleh penulis akan dijelaskan di paragraf berikutnya.

1. Alasan pemilihan

Gambar 1.3

KARYA TUGAS AKHIR TAMAN BUAH MEKARSARI



Sumber: Harby Gunawan, 2014

Karya yang menjadi salah satu dari acuan penulis adalah karya tugas akhir salah satu mahasiswa Universitas Esa Unggul yang merancang ulang identitas visual Taman Buah Mekarsari. Dalam rancangan karya tersebut terdapat *unity* (kesatuan) yang dapat penulis contoh sebagai referensi dalam perancangan tugas akhir.

Gambar 1.4

GAYA DESAIN POP ART JAPAN



Sumber: www.bluehorizonprint.com.au, diunduh 11 September 2015 pukul: 09:30 WIB

Sedangkan untuk gaya desain yang penulis jadikan acuan dalam pembuatan karya tugas akhir ini adalah gambar yang bergaya desain Pop Art. Pop Art merupakan salah satu gaya desain yang muncul pada dekade 60-an hingga memasuki tahun 1970. Pop Art berasal dari kata *popular art*. Arti dari Pop Art adalah aliran seni yang memanfaatkan simbol-simbol dan gaya visual yang berasal dari media massa yang populer seperti koran, televisi, iklan dan lain-lain. Gaya desain Pop Art menggunakan warna-warna komplementer seperti merah, jingga, kuning, hijau dan ungu selain itu Pop Art juga memiliki ciri khas yaitu penggabungan foto serta permainan warna yang berani, kadang disertai penggunaan simbol-simbol untuk menyampaikan pesan si pembuatnya. Desain Pop Art seringkali menggunakan teks berukuran besar dengan *stroke* yang tebal. Alasan penulis memilih gaya desain Pop Art adalah karena gaya desain tersebut bersifat ceria.

Dikarenakan penggunaan warna yang lebih dari tiga dan cocok digunakan untuk menarik perhatian anak-anak.

2. Keistimewaan

Gambar 1.5

ACUAN DARI PENGGUNAAN WARNA YANG KONSISTEN



Sumber: Harby Gunawan, 2014

Acuan yang diambil oleh penulis dari karya ini adalah penggunaan warna pada media-media tertentu dan pengaplikasian warna konsisten untuk mendapatkan *unity*. Sehingga penulis tertarik untuk mencontoh karya seperti gambar di atas sebagai acuan dalam Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan.

1.8.2 Metode Analisa Data

Metode Analisa data yang dilakukan secara kualitatif dengan mengambil kesimpulan dari data-data observasi, wawancara, survey dan pengamatan lapangan secara langsung.

1.8.2.1 Metode Analisa Kualitatif

Metode analisa kualitatif ini sifatnya deskriptif, penafsiran sangat ditekankan, induktif, berkesinambungan sejak awal hingga akhir, mencari model, pola, atau tema. Nilai, etika, dan moral peneliti melekat dalam proses penelitian.

1.8.2.2 Analisa SWOT

Analisis *SWOT* adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis pada Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan.

1. *Strengths* (kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan pada perancangan ulang identitas visual dari Taman Margasatwa Ragunan apabila taman yang dikelola swasta dan pemerintah ini mampu memiliki standarisasi dengan memiliki citra baru sebagai taman margasatwa yang mempunyai nilai estetis dan berpengaruh terhadap banyaknya pengunjung.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan karena pada perancangan ulang identitas visual dari Taman Margasatwa Ragunan ini mengacu pada target *market* yang kurang luas (ditujukan pada masyarakat menengah) mengingat beberapa aspek dari gaya hidup di Jakarta. Dinilai dari harga tiket yang murah, menjadikan Taman Margasatwa Ragunan terkesan hanya untuk kalangan menengah kebawah, sehingga akan lebih efektif jika proses perancangan fokus terhadap target *market* yang lebih spesifik.

3. *Opportunities* (peluang)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar. Peluang yang terdapat pada Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan terletak pada meningkatnya citra taman margasatwa di mata masyarakat dan meningkatkan jumlah pengunjung yang berpengaruh pada kelangsungan serta perkembangan di dalam Taman Margasatwa Ragunan sebagai sarana edukasi dan rekreasi.

4. *Threats* (ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Dalam Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa perkiraan

ancaman yang akan terjadi ketika *output* yang dihasilkan tidak inovatif dan pihak luar menghasilkan ide-ide lebih kreatif dikarenakan teknologi yang semakin berkembang di era sekarang.

1.8.2.3 Sintesis

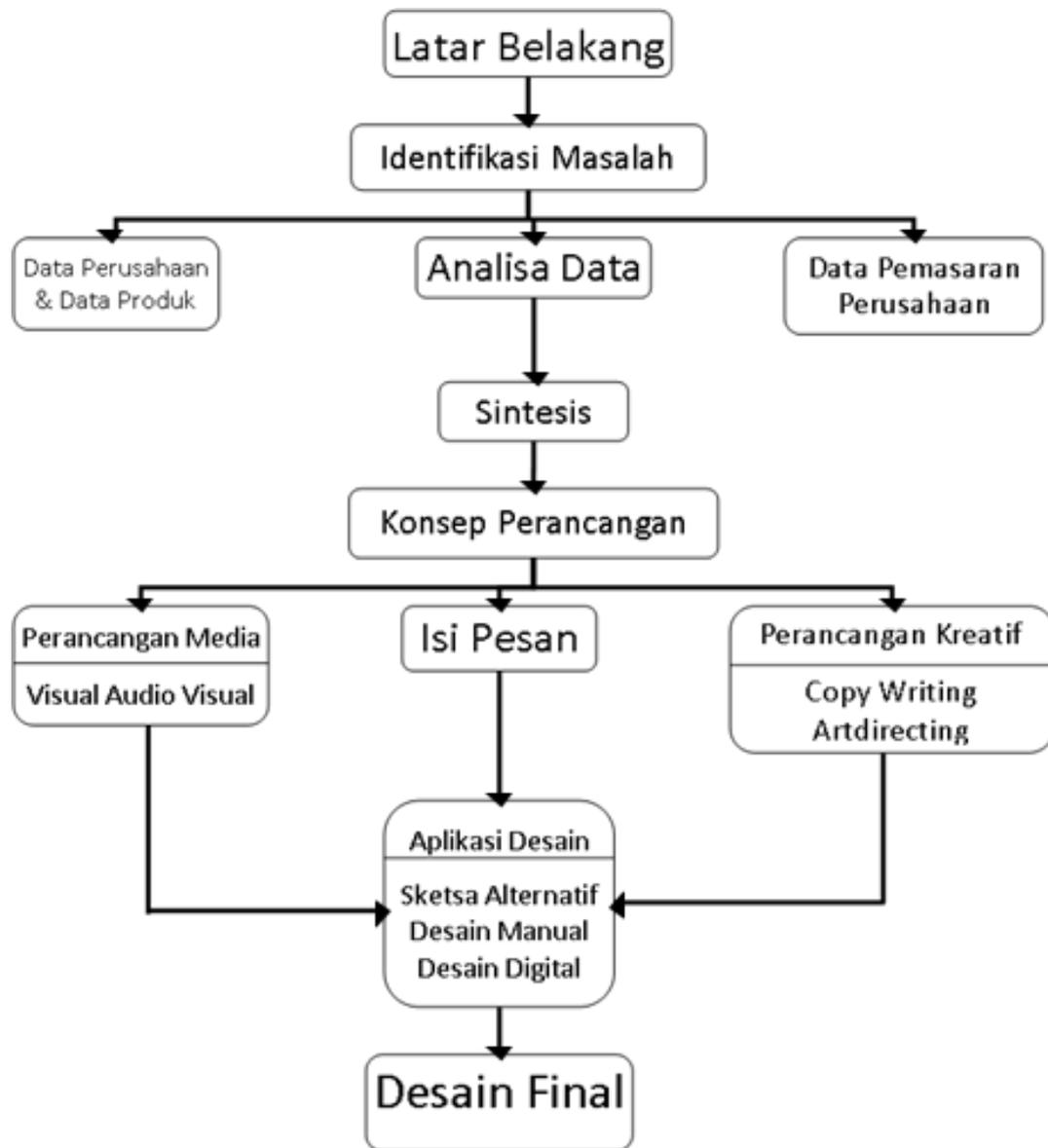
Sintesis adalah penyatuan unsur-unsur atau bagian-bagian kedalam suatu bentuk yang menyeluruh. Sintesis disini diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengaitkan dan menyatukan berbagai elemen dan unsur pengetahuan yang ada sehingga terbentuk pola baru yang lebih menyeluruh.

Berdasarkan penjelasan *SWOT* di atas maka sintesis yang penulis peroleh dari Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa Ragunan ini dengan membuat media korporat dan media promosi yang sebelumnya belum pernah dibuat. Media-media tersebut akan dibuat dengan menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh taman margasatwa Ragunan.

1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan

Gambar 1.6

KERANGKA PEMIKIRAN



Sumber: www.slideshare.net, diunduh 8 Februari 2015 pukul: 09:35 WIB

1.10 Tempat dan Tahun Produksi

Dengan melaksanakan tugas akhir, Perancangan Ulang Identitas Visual Taman Margasatwa diproduksi pada tahun 2015. Hal ini perlu dicantumkan agar nanti para pembaca akan mengetahui dan percaya bahwa hasil karya dan laporan tugas akhir ini benar-benar dibuat pada tahun 2015 oleh penulis.

1.11 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab beserta beberapa lampiran sebagai pendukung laporan tugas akhir dengan rincian sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab I membahas tentang latar belakang masalah yang akan atau sudah muncul disaat penulis membuat laporan dan karya tugas akhir. Bab I terdiri dari penegasan makna judul, batasan masalah, rumusan masalah, asumsi dasar, tujuan, dan manfaat, metode perancangan, kerangka pemikiran, tempat dan tahun produksi, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka dan Data

Bab II membahas dengan detail tinjauan pustaka dan data yang berhubungan dengan tema tugas akhir penulis. Nantinya teori dan pendapat tersebut bisa digunakan sebagai acuan dalam pembuatan

konsep atau ide pada saat proses pembuatan karya tugas akhir penulis.

3. Bab III Konsep Penciptaan

Bab III berisi sebuah penjelasan menyeluruh tentang bagaimana proses pembuatan karya tugas akhir ini, mulai dari penjelasan secara lengkap tentang bagaimana penulis akan membuat tugas akhir sampai akhirnya jadilah karya akhir seperti yang diharapkan oleh penulis.

4. Bab IV Aplikasi Desain

Bab IV berisi tentang aplikasi desain secara menyeluruh dari sketsa alternatif desain, sketsa desain manual dan sketsa terpilih karya yang sudah dibuat oleh penulis, seperti penjelasan tentang konsep perancangan yang digunakan dan tentunya pembahasan tentang hasil karya yang sudah dibuat oleh penulis.

5. Bab V Penutupan

Bab V adalah penutup yang dibuat penulis dari pembahasan serta penyelesaian masalah dari tema yang diangkat. Selain itu, terdapat saran yang merupakan tanggapan atau respon dari penulis berupa ide dan pemikiran.