BAB I
PENDAHULUAN

I.A. Latar Belakang Eksistensi Proyek

Perkembangan dunia yang cukup pesat saat ini, dengan adanya *era globalisasi* membuat dunia semakin terasa sempit karena dukungan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang. Di era globalisasi berbagai media *intertainment* dan *communication* mengalami kemajuan yang cukup pesat mendukung terciptanya suatu proses desain kreatif karena kebutuhan manusia. Kehidupan manusia tidak akan terlepas dari pola konsumtif dan kebutuhan akan informasi. Sehingga dalam penyajian segala bentuk informasi dan produk kepada konsumen harus dibutuhkan media yang atraktif, komunikatif dan estetik.

Di Indonesia sendiri dengan menjamurnya media informasi seperti televisi, majalah, papan iklan dan internet, maka kebutuhan untuk menampilkan karya desain grafis semakin berkembang dan menarik. Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks dan atau gambar untuk menyampaikan informasi dan pesan atau biasa disebut dengan iklan. Penampilan karya desain grafis tidak lagi sebatas brosur, *pamphlet*, baliho, spanduk dan sebagainya, namun mulai merambah dunia iklan multimedia, *web design* dan sebagainya.

I.B. Pemanfaatan Teknologi Komputer Dalam Desain Grafis

Ditengah maraknya dunia periklanan dan berbagai macam tipe *e-commerce*, desain grafis bukan hanya mencakup percetakan tetapi fasilitas *hi-tech* yang didukung oleh komputerisasi. Dukungan computer sangat membantu dalam proses pengerjaan karya, karena dibantu dengan dukungan *software* yang sesuai dengan kebutuhan. Banyak tips dan trik yang dapat ditemukan melalui bantuan komputer yang dapat ditemukan dan dieksplorasi.

I.B.1.Profesi keahlian komputer

Berbagai keahlian yang didukung oleh komputerisasi ini mencakup[1]:

1. ***DESIGNER GRAPHIC***

   Merupakan keahlian yang pada umumnya dimiliki oleh setiap desainer. Namun hal ini dipersempit pada kemampuan menangani *offset* dan *printing*, karena efektifitasnya dibutuhkan dengan dukungan keahlian komputer dan tidak melupakan kemampuan sketsa dan pemahaman estetika dasar. Produk ini dapat berupa brosur, layout media cetak, spanduk dan lain-lain. Contoh beberapa karya dibidang "*Designer Graphic*" :

Gambar 1.1. : MILO, Nestle Indonesia, Artist: Igfar Pramarizki dan Widhadari, Category: Character, Artist: Satya Priandita
Sumber : www.Igfarblogspot.com

[1] _Introduction about designing_trial 10_mastering computer graphic (karir & bisnis), Next media '06

Beberapa software yang sering digunakan antara lain : *Corel Draw, Macromedia Free Hand, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator* dan program-program grafis lainnya.

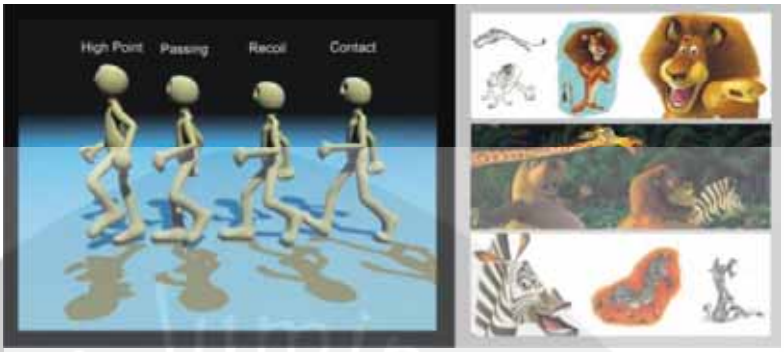
2. *WEB MASTER*

Merupakan suatu keahlian yang berhubungan dengan web design yaitu berupa perancangan halaman internet (*HTML, website*), seorang *web master* harus memiliki kemampuan dalam mengolah grafis, isi redaksional, pesan pemasaran dan *public relation*. Contoh beberapa karya di bidang "*Web Master*" :

Gambar 1.2 : Contoh web desain
Sumber : www.buytemplates.net/template-ecom420.aspx

3. *ANIMATOR*

Kemampuan untuk menghasil produk berupa animasi 2D sampai 3D, yang berupa gambar simulasi dan nyata, sehingga mampu menampilkan suatu format yang sekaligus *entertaining* dan *dynami*c. Contoh karya di bidang "Animator" :



Gambar 1.3 : Animasi walk flow dan character modelling
Sumber : www.eepinside.com

Beberapa software yang sering digunakan antara lain: *Corel Rave, Macromedia Flash, 3ds Max, Maya, Ulead Video Studio, Adobe Premiere* dan program-program animasi lainnya.

I.C. Pengertian dan Peranan Desain Grafis Sebagai Kebutuhan Masyarakat

Periklanan adalah fenomena bisnis modern, tidak ada perusahaan yang ingin maju dan memenangkan kompetisi bisnis tanpa mengandalkan iklan. Demikian pentingnya peran iklan dalam bisnis modern sehingga salah satu bonafiditas perusahaan terletak pada berapa besar dana yang dialokasikan untuk iklan tersebut. Di samping itu, iklan merupakan jendela kamar dari sebuah perusahaan. Keberadaannya menghubungkan perusahaan dengan masyarakat, khususnya konsumen.

"….kegiatan komunikasi adalah penciptaan interaksi perorangan dengan menggunakan tanda-tanda yang tegas", **menurut Liliweri (1991:20)**[2]**.**

[2] _ www.jogja-design.co.cc/2009/04/sekilas-tentang-iklan.html

Untuk membuat komunikasi menjadi efektif, harus dipahami betul siapa khalayak yang menjadi sasaran, secara kuantitatif maupun kualitatif. Sementara itu, periklanan menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia adalah pesan yang dibayar dan disampaikan melalui sarana media, antara lain: pers, radio, televisi, bioskop, yang bertujuan membujuk konsumen untuk melakukan tindak membeli atau mengubah perilakunya (Nuradi, 1996:4). Artinya, massa dipandang tidak lebih sebagai konsumen. Hubungan antara produsen dan konsumen adalah hubungan komersial semata saja. Interaksinya, tidak ada fungsi lain selain memanipulasi kesadaran, selera, dan perilaku konsumen.

Gambar 1.4 : Iklan kreatif karena penampilan gambar pada saat siang hari dan malam berbeda dan menarik perhatian.
Sumber : www.enjcorp.blogspot.com/2008_02_01_archive.html

I.C.1.Peranan desain grafis dalam kebutuhan masyarakat

1. Identifikasi

Suatu hal untuk menyatakan mengapa dan darimana sebuah produk diproduksi. Bentuk-bentuk *visual* tampilan suatu label pada sebuah kemasan, logo sebuah perusahaan dan sebagainya. Bila diperhatikan kita dapat mengidentifikasikan beberapa aspek yang mendukung keberadaan sebuah produk. Beberapa bentuk-bentuk desain grafis

seperti logo, label kemasan, *packing* yang masuk kedalam kategori *corporate identity*[3]. sebagai karya desain yang berperan pada :

a. Lingkungan

- Interior dan eksterior : aplikasinya pada gedung, area penjualan, kantor, pabrik, show room dan toko.

Gambar 1.5 : Stan pameran distro di JEC, dealer sepeda motor Yamaha, *Apple store*
Sumber : Dokumen pribadi, http://miink-nasir.blogspot.com, www.apple.com

- Tanda / *Sign* : aplikasinya pada sistem tanda yang umum, sebagai rambu-rambu baik itu di jalan maupun di bangunan.

Gambar 1.6 : Rambu-rambu lalu-lintas dan penanda rumah makan Mc'Donald
Sumber : www.ltsa.govt.nz, en.wikipedia.org

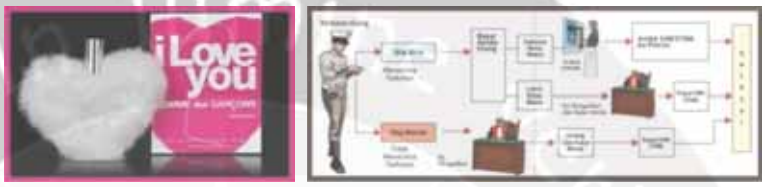
- Eksternal / Internal : pameran-pameran, pada pakaian (sebagai atribut di topi, kemeja, jaket, dan sebagainya)

Gambar 1.7 : Seragam karyawan PT Pertamina
Sumber : http://gambar.iklanmax.com

[3] _ Majalah Desain Grafis halaman 23 edisi 3 tahun 2007

b. Produk dan Jasa

- Produk : Desain produk, identitas pada produk, daftar tarif, petunjuk penggunaan, intruksi, pengorganisasian dan sebagainya.



Gambar 1.8 : Desain produk parfum dan brosur skema tilang
Sumber : www.stepinsidedesign.com

c. Komunikasi dan informasi

- Publikasi / pengumuman : iklan lowongan pekerjaan, promosi produk baru maupun pada program *campaign*.

Gambar 1.9 : Brosur Starbucks museum *campaign*
Sumber : www. alifmagz.com

- Promosi : bendera (Flag), stiker, balon.

Gambar 1.10 : Balon sebagai sarana iklan
Sumber : www.kabajak.com

- *Stationery* : *letterhead*, kartu nama, *note book*, amplop, *visiting card*.

Gambar 1.11 : Contoh kartu nama, letterhead, amplop
Sumber : www.jofieteddy.blog.plaza.com

- Kendaraan : terpasang pada armada angkutan atau kendaraan.

Gambar 1.12 : Iklan kampanye presiden dengan kendaraan dan Iklan menggunakan media bus
Sumber : www. grafisosial.wordpress.com, www. cluedivision.com

2. Intruksi dan informasi

a. Petunjuk informasi : media informasi yang menggunakan simbol-simbol grafis dalam menggambarkan posisi suatu tempat, arah maupun petunjuk tentang suatu cara yang disertai dengan skala perbandingan. Contoh : peta lokasi, diagram, gambar kronologis suatu peristiwa dan sebagainya.

Gambar 1.13 : Contoh karya peta lokasi
Sumber : www. designbyvitarlenology.blogspot.com

b. Pemberi instruksi : Petunjuk tentang suatu cara yang disertai dengan skala perbandingan. Misalnya gambar instruksi dan urutannya.

Gambar 1.14 : Desain *cover* buku, cd dan kemasan
Sumber : www. ebookroom.blogspot.com

3. Promosi dan presentasi

Media promosi dan presentasi pada desain grafis yang berbentuk iklan atau advertensi meliputi pada dua media :

a. Media lini-atas (*Above the Line Media*) terdiri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak, media elektronik (radio, televisi dan bioskop) serta media ruang luar (*billboard* dan bus panel).

b. Media Lini-bawah (*Below the Line Media*) terdiri dari seluruh media selain media diatas seperti *direct mail*, brosur, pameran, *point of sale display material*, kalender, agenda ataupun souvenir.

I.C.2.Fungsi desain grafis dalam kebutuhan masyarakat

Secara umum dapat dikatakan, bahwa fungsi desain grafis pada dua bidang media di atas adalah bertugas menyampaikan pesan secara **informatif, persuasif, atraktif**. Dengan segala pertimbangan yang mendukung keberhasilan suatu media iklan maka dewasa ini desain grafis tidak berdiri sendiri tapi sudah pula melibatkan cabang ilmu lainnya,

misalnya dengan ilmu komunikasi sosial, psikilogi, pemasaran atau ekonomi dan tentu saja dengan teknologi.

Desain grafis adalah hasil dari suatu proses apresiasi yang erat kaitannya dengan proses pembelajaran dan pendidikan bagi publik untuk menghargai keberadaan seni. Namun ide dan kreativitas tidak ada artinya tanpa dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menunjang. Ilmu yang diperoleh dari pendidikan adalah investasi masa depan, sedangkan kombinasi kreativitas dan ilmu, yang merupakan kunci keberhasilan sebuah desain, khususnya desain grafis.

Selama ini pendidikan selalu dipahami dalam konteks pendidikan formal yang dikemas dalam wadah sekolah atau lembaga pendidikan. Sekolah atau lembaga pendidikan formal merupakan salah satu wadah yang berperan mempertahankan, mengembangkan dan transfer ilmu-ilmu serta idealis, sebagai upaya pencerdasan dan merasionalkan bangsa yang akan memperluas jaringan ilmu pengetahuan dan teknologi, sebagai media yang menjembatani pendidikan dengan potensi kreativitas setiap orang sebagai penyedia tenaga kerja, penyedia tenaga ahli, bahkan sebagai ajang berapresiasi bagi publik.

> *"….tumbuh kembangnya desain grafis di Yogyakarta tidak bisa dipisahkan dari boomingnya lembaga-lembaga pendidikan desain grafis pada era tahun 90-an".*(**Drs. Sumbo Tinarbuko, Msn**)[4].

[4] _ www.desaingrafisindonesia.wordpress.com/2008/02/19/peta-masalah-pendidikan-dkv

Banyak institusi pendidikan baik negeri maupun swasta beramai-ramai membuka jurusan atau tempat kursus desain grafis. Pertumbuhan sekolah dan tempat kursus desain komunikasi *visual* (diskomvis) di Yogyakarta cukup pesat. Hal ini menunjukan bahwa antusias dan minat masyarakat cukup besar terhadap desain grafis, maka perlu adanya wadah sebagai tempat berapresiasi dan belajar seni desain grafis. Adapun tempat-tempat yang biasa digunakan untuk berapresiasi dan pameran di Yogyakarta adalah sebagai berikut :

- Benteng Vredeburg
- Gedung Societet Militer (Taman Budaya Yogyakarta)
- Museum Nasional Yogyakarta
- Bentara Budaya
- V-art Gallery
- Cemeti Art Gallery
- Jogja Art Gallery

Namun keberadaan tempat-tempat yang biasa digunakan untuk berapresiasi dan pameran masih kurang mampu menampung aktivitas para pelaku seni desain grafis, khususnya wadah untuk melakukan kegiatan diskusi, tukar pikiran, pameran karya sesama pelaku seni desain grafis. Selain itu sekolah dan tempat kursus yang sudah ada juga belum mampu menampung aktivitas diatas.

Beberapa hal yang menyebabkan tempat-tempat diatas kurang representatif dan dapat menampung aktivitas para desainer, adalah sebagai berikut :

- Bangunan yang digunakan tidak mencerminkan ekspresi para desainer desain grafis, karena bangunan-bangunan yang biasa digunakan adalah bangunan lama (kolonial).
- Tempat-tempat yang digunakan biasanya bersifat umum atau segala jenis pameran dapat dilaksanakan disana, sehingga terasa sangat monoton dan membosankan.
- Ruang pameran yang tersedia tidak dapat dieksplorasi oleh pelaku pameran.
- Padatnya jadwal pameran yang akan dilaksanakan, sehingga pameran tidak dapat maksimal dan waktu pameran harus berebut jadwal.
- Tidak tersedianya fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat membuat pengunjung, pelaku pameran dan komunitas desain grafis merasa nyaman dan kerasan selama kegiatan pameran berlangsung.

Dari indentifikasi permasalahan diatas, maka perlu adanya wadah yang lebih representatif yang dapat memenuhi kebutuhan desainer khususnya desainer desain grafis. Wadah yang dimaksudkan adalah sebuah *Pusat Apresiasi Desain Grafis* yang diharapkan dapat menjadi jalan keluar, sehingga mampu mengatasi kekurangan-kekurangan yang

ada. Dengan adanya *Pusat Apresiasi Desain Grafis* di Yogyakarta yang merupakan jawaban dari permasalahan diatas diharapkan mampu memenuhi rasa penasaran masyarakat, perusahaan dan pencinta seni desain grafis tentang semua informasi, perkembangan dan kegiatan para pelaku desain grafis.

I.D. Latar Belakang Permasalahan

Desain grafis dapat dikatakan sebagai desain komunikasi visual, karena karya desain grafis harus dapat dinikmati oleh semua panca indra manusia.

> *"Desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa* ***dinamis****,* ***atraktif*** *(penuh gerak), dan* ***perubahan****",*
>
> (**Widagdo 1993:31**)[5].

Proses penemuan ide kreatif desainer desain grafis cukup menarik untuk diungkap. Bagaimana desainer melakukan proses kreatif untuk menemukan ide kreatif yang sifatnya kasatmata (alam bawah sadar) diterjemahkan kedalam alam pikiran yang rasional sehingga menghasilkan sebuah karya. Karya yang dimaksud merupakan hasil dari pemikiran ide segar dan original dari desainer, sehingga sebuah karya dapat dikatakan berhasil dan tepat sasaran apabila karya tersebut dapat menjadi *trendsetter*. Untuk menjadi *trendsetter*, desainer desain grafis harus mampu menemukan inovasi desain yang berbeda (**atraktif**) dan selalu berubah (**dinamis**).

Pusat Apresiasi Desain Grafis di Yogyakarta berperan penting dalam membantu para desainer untuk menemukan inspirasi dalam berkarya,

[5] _www.hidupadalahseni.com/index.php?page=home&detail_id=342&act=details

sehingga dibutuhkan suatu rancangan yang mampu memberikan *stimulate* (rangsangan) ide-ide desain yang inovatif bagi para desainer. Agar tujuan di atas dapat terpenuhi maka rancangan *Pusat Apresiasi Desain Grafis* di Yogyakarta di titik beratkan pada pengolahan tata ruang luar dan tata ruang dalam yang **dinamis** dan **atraktif**.

Dinamis (penuh gerak) yang dimaksudkan disini adalah merupakan gambaran dari suatu proses mendesain hingga menghasilkan karya-karya yang selalu menjadi *trendsetter* yang dapat membawa perubahan dan perkembangan dunia desain grafis. Sedangkan atraktif (hubungan komunikasi) yang dimaksudkan diatas adalah cerminan dari sebuah karya desain grafis yang mampu merangsang otak untuk menumbuhkan ide-ide segar melalui makna-makna yang tersirat didalam karya desain grafis bagi para penikmat seni.

Untuk menjadi desainer desain grafis yang handal, desainer harus mampu berpikir secara **dinamis** dan **atraktif** untuk keluar dari pakem yang ada dan mencoba untuk melakukan gebrakan dalam menelusuri ide desain. Ide desain merupakan proses eksplorasi yang bisa terinspirasi dari mana saja yang tidak terikat oleh apapun. Proses eksplorasi penemuan ide desain awalnya dituangkan melalui proses pengilustrasian (coretan atau sketsa ide desain). Kumpulan hasil proses pengilustrasian merupakan kumpulan ide desain yang dapat dikembangkan dan dianalisa lebih dalam untuk menghasilkan karya yang inovatif. Untuk dapat merangsang tumbuhnya ide-ide yang inovatif diperlukan metode desain khusus. Metode desain yang

tepat untuk mengembangkan dan menganalisa proses pengillustrasian adalah metode pemetaan yang dapat memetakan hasil illustrasi visual ide desain. Proses pemetaan illustrasi *visual* ide desain grafis ini merupakan proses pemetaan illustrasi *visual* proses kreatif desainer desain grafis yang disebut dengan ***visual Illustration mapping***.

Visual Illustration mapping merupakan metode pencarian ide desain yang *independent* (bebas), karena desainer bisa memulai sebuah desain dari manapun tanpa ada ikatan aturan yang mengikat. Namun untuk memudahkan penemuan ide desain perlu ada tahapan-tahapan yang perlu dilakukan. Tahapan-tahapan ini sifatnya membantu menstukturkan pola berpikir desainer. Secara garis besar tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

- Buat sketsa-sketsa ide desain sebanyak mungkin, tanpa memikirkan aturan-aturan yang ada dan sifatnya mengikat. Semakin banyak sketsa yang dihasilkan semakin kaya akan data yang dapat digunakan.
- Seleksi ide-ide desain yang bermanfaat dan sifatnya dapat mendukung pengembangan ide desain. Jangan buang sketa-sketsa yang tersingkirkan. Karena mungkin ide desain bisa datang dari hasil sketsa yang disingkirkan.
- Kerucutkan sketsa-sketsa ide desain yang terseleksi, buat sketsa-sketsa yang dapat menyatukan sketsa yang terseleksi.

- Terus gali dan eksplorasi semua hasil sketsa-sketsa ide desain sampai menemukan ide yang paling fenomenal dan inovatif.
- Dari hasil penemuan sketsa-sketsa ide melalui proses diatas, diharapkan dapat memberikan gambaran-gambaran ide dan banyak alternatif ide-ide desain yang dapat dihasilkan.

Penemuan dan penelusuran ide desain dengan menggunakan metode *visual Illustration mapping* ini kemudian akan dituangkan kedalam bentuk tata ruang luar dan tata ruang dalam pada rancangan bangunan *Pusat Apresiasi Desain Grafis.*

I.E. Rumusan Masalah

Bagaimana wujud rancangan *Pusat Apresiasi Desain Grafis* di Yogyakarta yang mampu membantu proses kreatif para desainer dalam melakukan inovasi ide-ide desain melalui pengolahan tata ruang dalam dan tata ruang luar dengan metode pemetaan "***visual illustration mapping***"?

I.F. Tujuan dan Sasaran

I.F.1. Tujuan

Mewujudkan rancangan *Pusat Apresiasi Desain Grafis* di Yogyakarta yang mampu menstimulasi para desainer dalam melakukan inovasi ide-ide desain melalui pengolahan tata ruang dalam dan tata ruang luar dengan pendekatan metode pemetaan illustrasi visual proses kreatif desainer desain grafis.

I.F.2. Sasaran

Untuk mendapatkan konsep yang terwujud dalam pola hubungan ruang pada tata ruang luar dan tata ruang luar dalam pada bangunan *Pusat Apresiasi Desain Grafis* di Yogyakarta yang mampu memberikan stimulasi para desainer dan peminat desain grafis dalam melakukan inovasi ide-ide desain yang kreatif dan inovatif dengan menerapkan metode pemetaan ilustrasi visual proses kreatif desainer desain grafis, maka perlu dilakukan beberapa tahapan, yakni :

- Mempelajari sejarah desain grafis secara umum dan mengkaji perkembangan *style* desain grafis di Indonesia serta mencari *study* kasus sekolah dan *venue* pameran desain grafis yang sudah ada.
- Mempelajari tentang segala hasil karya desain grafis dan mengenali macam teknik penyajian pameran desain grafis.
- Mengenali dan mempelajari proses kreatif desainer desain grafis dan melakukan studi pustaka mengenai metode pemetaan arsitektur, selain itu juga mengenali studi kasus perancangan desain arsitektur yang menggunakan metode pemetaan arsitektur.
- Mempelajari dan menganalisa studi kasus pameran desain grafis yang sudah pernah diadakan.
- Mencari referensi literatur tentang bangunan yang terkait dengan mengidentifikasi fasilitas, sirkulasi, penzoningan ruang dan

standart ukuran atau besaran ruang yang mendukung konsep rancangan Pusat Apresiasi Desain Grafis.

I.G. Lingkup Studi

I.G.1. Pembahasan tentang *Pusat Apresiasi Desain Grafis*

Materi pembahasannya adalah merupakan lingkup kegiatan berapresiasi terhadap desain grafis. Pembahasan ini sebagai wadah publikasi karya grafis, perihal perkembangan desain grafis secara global maupun hasil kreatif *designer graphic*. *Pusat Apresiasi Desain Grafis* ini sebagai tempat pameran dan produksi terpadu, selain itu juga sebagai wadah bertukar pikiran, pengalaman maupun daya kreatif antar desainer dan mengaplikasikan metode "*visual illustration mapping*" kedalam wujud rancangan bangunan yang mampu mencerminkan karakter desainer desain grafis.

I.G.2. Pembahasan tentang fasade bangunan

Mengemukakan teori-teori tentang fasade bangunan melalui metode "*visual illustration mapping*" dari studi literatur, analisa, beserta tanggapan-tanggapannya untuk menciptakan fasade bangunan *Pusat Apresiasi Desain Grafis* yang **dinami**s, **atraktif** dan **inovatif** dan kontekstual terhadap lingkungan.

I.G.3. Pembahasan tentang peruangan bangunan

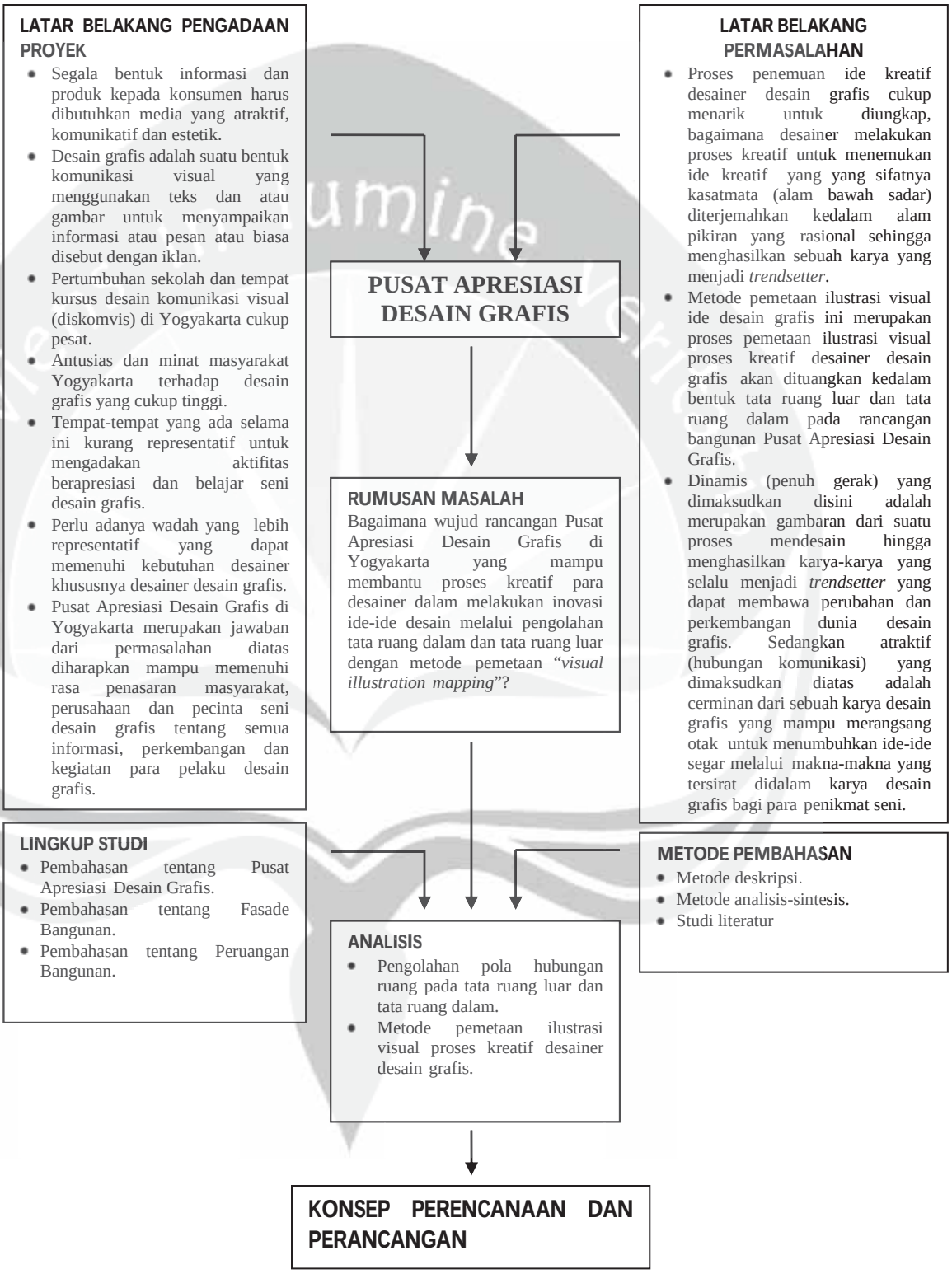
Perihal teori-teori peruangan pameran atau publikasi dan pengolahan ruangan didalam ruangan pameran desain grafis, untuk mendapatkan tata ruang dengan zona yang jelas, tidak saling mengganggu tetapi saling mendukung dan pengolahan ruang yang mampu menstimulasi kreatifitas desainer yang berkreasi didalamnya.

I.H. Metode Pembahasan

Dalam membahas permasalahan dalam laporan ini penulis mengutamakan metode sebagai berikut :

- Metode deskripsi, dilakukan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang kondisi, potensi dan permasalahan pada *Pusat Apresasi Desain Grafis*.
- Metode analisis-sintesis, berisi upaya untuk menguraikan masalah-masalah dalam mengidentifikasikan permasalahan berdasarkan data-data yang terkumpul dan analisis ini didasarkan pada landasan teori yang relevan dengan permasalahan kemudian diangkat menjadi suatu kesimpulan yang tepat guna memecahkan masalah yang ada.
- Studi literatur dilakukan untuk mendefinisikan secara kualitatif tuntutan kebutuhan pemakaian dan peralatan berdasarkan standart yang ada.

I.I. Diagram Alur Pemikiran



I.J. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang eksistensi proyek, pemilihan judul, permasalahan, tujuan dan sasaran, metodologi pembahasan, lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan.

BAB II DESAIN GRAFIS DAN PUSAT APRESIASI DESAIN GRAFIS

Berisi tentang sejarah dan pengertian desain dan grafis, perkembangan desain grafis, peran dan fungsi desain grafis, pusat apresiasi desain grafis, fungsi pusat apresiasi desain grafis, serta studi banding.

BAB III VISUAL ILLUSTRATION MAPPING

Berisi tentang pengertian dan batasan konsep "*Visual Illustration Mapping*" , ekspresi dan analisis permasalahan konsep "*Visual Illustration Mapping*" kedalam rancangan bangunan Pusat Apresiasi Desain Grafis.

BAB IV TINJAUAN DAN PENDEKATAN LOKASI

Berisi tentang potensi kota Yogyakarta dan analisa pendekatan tapak untuk *Pusat Apresiasi Desain Grafis* di Yogyakarta.

BAB V PENDEKATAN KONSEP

Membahas pendekatan filosofi, pendekatan konsep ruang, pendekatan konsep bentuk, pendekatan ekspresi bangunan, tata ruang luar, dan sistem bangunan.

BAB VI KONSEP PERENCANAAN DAN RANCANGAN

Berisi tentang konsep perencanaan dan perancangan *Pusat Apresiasi Desain Grafis* berdasarkan strategi perencanaan dan perancangan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.