

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN LOGO DAN IMPLEMENTASINYA PADA MEDIA PROMOSI DIRADIO.NET**

**Oleh : Deri**

**NPM : 1401104212**

Perkembangan teknologi memberikan dampak pada perkembangan gaya hidup. Gaya hidup yang semakin dinamis membuat saran mencari hiburanpun beraneka ragam, salah satunya radio. Dengan adanya perkembangan teknologi internet, radio konvensional mulai ditinggalkan dan digantikan dengan radio streaming. Namun, kehadirannya masih belum familiar di masyarakat Indonesia.

Salah satu produknya adalah [www.diradio.net](http://www.diradio.net). Sebuah website radio aggregator yang telah berdiri dari tahun 2011. Website radio aggregator adalah website yang menyediakan layanan jasa menyatukan siaran radio streaming dari stasiun-stasiun radio yang ada di Indonesia. Setelah 2 tahun berjalan, manajemen [diradio.net](http://www.diradio.net) merasa bahwa revenue yang diberikan oleh [diradio.net](http://www.diradio.net) belum baik. Sehingga, pada akhir tahun 2013, diadakan survey mengenai website radio aggregator. Hasil dari survey tersebut adalah manajemen memutuskan untuk menyesuaikan segmentasi menjadi umur 15 – 35 tahun. Dengan adanya penyesuaian, manajemen [diradio.net](http://www.diradio.net) menilai website ini harus memiliki media promosi dan identitas yang sesuai dengan segmentasi barunya. Dengan menggunakan beberapa metode seperti wawancara, observasi, analisis, perekaman, dan studi pustaka.

Solusi yang tepat untuk memecahkan permasalahan tersebut adalah membuat perancangan identitas dan media promosi dengan memfokuskan pada media yang tepat sasaran kepada segmentasi [diradio.net](http://www.diradio.net). Konsep kreatif perancangan media promosi adalah penggunaan gaya bahasa paradox, pengayaan ilustrasi visual flat design, dan gamifikasi. Media sebagai hasil proses perancangan menarik dan terintegrasi untuk menarik perhatian target audiens agar mau mengunjungi [diradio.net](http://www.diradio.net)

Kata kunci : website, identitas, promosi.

## **ABSTRACT**

### **LOGO DESIGNING AND IMPLEMENTATION TO PROMOTIONAL MEDIA OF DIRADIO.NET**

**By : Deri**

**NPM : 1401104212**

The development of technology impacts on lifestyle. Increasingly dynamic lifestyle make different choices of entertainment, one of them is radio. With development of internet technology, conventional radio is abandoned and replaced with streaming radio. But, radio streaming is not yet familiar in Indonesian society.

One of the product is [www.diradio.net](http://www.diradio.net), one of radio aggregator website which established from 2011. Radio aggregator website is website that gave a compiling service from radio streaming broadcast from Indonesia's based radio stations. After 2 years of establishing, [diradio.net](http://www.diradio.net)'s management start to think about revenue from this product is not good yet. With the result that, in the end of 2013, [diradio.net](http://www.diradio.net)'s management doing a survey about radio aggregator website. Result of the survey is management decided to adjust age segmentation into 15 – 35 years. With a new adjustment, [diradio.net](http://www.diradio.net)'s management start to think about identity and promotional media which good into new segmentation. With some methods, such as interview, observation, analysis, record, literature reference.

The right solution to solve the problem is designing an identity and promotional media which focus on a right media for [diradio.net](http://www.diradio.net)'s new segmentation. Creative concepts for promotional media are using a paradox style in copywriting, flat design in illustration, and gamefication. Result of this design process is an interesting and also integrated media to attract target audience and hope they want to visit [diradio.net](http://www.diradio.net)

Keywords : website, identity, promotion.