

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OLEH-OLEH BELIMBING DEWA DEPOK

Oleh
Rusyda Millati Hakim
108300034

Salah satu aspek desain komunikasi visual adalah mempromosikan barang dan jasa secara komersil melalui media komunikasi visual untuk mencapai tujuan. Website merupakan media tepat untuk mempromosikan produk yang baru dan tepat sasaran. Saat ini, belum banyak masyarakat kota Depok yang mengerti tentang produk buah Belimbing Dewa.

Dalam pelaksanaan Tugas akhir, penulis menggunakan empat metode, yaitu : observasi ke Koperasi UKM Center Kota Depok, dan beberapa lokasi Usaha Kecil Menengah. Kemudian yang dilakukan adalah metode wawancara, tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi secara lengkap kepada beberapa sumber yang benar. Studi pustaka, ini dilakukan berdasarkan teori-teori yang ada, yang berhubungan dengan pengerjaan Tugas Akhir. dan yang terakhir adalah kuesioner, yaitu melakukan penelitian lapangan secara langsung kepada para masyarakat untuk memperkuat data penelitian.

Untuk tahap perancangan, media yang dibuat untuk mempromosikan Buah Belimbing Dewa adalah menggunakan media utama, seperti : Website, Katalog, dan Brosur. Selain ketiga media utama tersebut, terdapat media pendukung, yaitu seperti : Godiebag, *Member Card*, Stiker, Kartu Ucapan, Notes, Pulpen, Pembatas Notes Kupon, Gantungan Kunci, Piring, dan Gelas. Didalam setiap media tersebut terdapat logotype dan tagline yang sesuai dengan konsep yang digunakan. Konsep yang digunakan adalah “simple classic” yang menggunakan warna-warna natural dari produk buah belimbing dewa tersebut. Melalui media promosi yang dirancang ini, diharapkan dapat menimbulkan daya tarik konsumen dalam menggunakan produk original belimbing dewa sehingga dapat menjaga eksistensi produk dalam menghadapi pesaingnya.

Kata Kunci : Perancangan Media, Promosi, Belimbing Dewa, Usaha Kecil Menengah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR/FOTO	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	3
1.3 Permasalahan	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Cara Pengumpulan Data	5
1.7 Skema Perancangan	6
1.8 Pembabakan	7
BAB II DASAR PEMIKIRAN	8
2.1 Teori Pemasaran.....	8
2.1.1 Teori Bauran Pemasaran.....	8
2.1.2 Teori Strategi Promosi	10
2.2 Teori Komunikasi.....	11
2.2.1 Teori Motivasi untuk Keputusan Konsumen	12
2.3 Teori Media.....	13
2.3.1 Teori Media Sosial.....	13
2.3.2 Teori Website	14
2.3.3 Teori Brosur	18

2.4 Desain	22
2.4.1 Teori Layout.....	23
2.4.2 Teori Tipografi	33
2.4.3 Teori Warna	35
2.5 Teori Analisis SWOT	36
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	38
3.1 Data Dan Fakta	38
3.1.1 Hasil Pengumpulan Data	38
3.1.2 Data Produk	41
3.1.3 Data Khalayak	43
3.1.4 Fakta tentang gejala atau fenomena yang terjadi, dan permasalahan yang dihadapi	44
3.1.5 Hasil Wawancara	44
3.1.6 Hasil Kuesioner	46
3.2 Tinjauan terhadap proyek/program sejenis.....	56
3.3 Analisis terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta.....	57
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	61
4.1 Konsep Komunikasi	61
4.2 Konsep Kreatif	63
4.3 Konsep Visual	64
4.4 Konsep Media	69
4.4.1 Media Utama	70
4.4.2 Media Pendukung	71
4.4.2 Budgeting Media	72
4.5 Hasil Perancangan	75
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Proses Komunikasi.....	12
Tabel II.2	Teori warna Munsell.....	35
Tabel III.1	Data Anggota UKM Kota Depok Persektor 2012.....	39
Tabel III.2	Data Jenis Usaha Oleh-Oleh Kota Depok	41
Tabel III.3	Matrix Tinjauan Program yang Sejenis	57
Tabel III.4	Tabel Analisis SWOT	58

DAFTAR GAMBAR/FOTO

Gambar I.1	Gambar Skema Perancangan.....	6
Gambar II.1	Hierarki Kebutuhan Maslow	12
Gambar II.2	<i>Style Conventional</i>	19
Gambar II.3	<i>Style Classic</i>	19
Gambar II.4	<i>Style Modern</i>	20
Gambar II.5	<i>Style Aggresive</i>	20
Gambar II.6	<i>Style Juvenile</i>	21
Gambar II.7	<i>Style Youthful</i>	21
Gambar II.8	<i>Style Natural</i>	21
Gambar II.9	<i>Style Prestigious</i>	22
Gambar II.10	<i>Multipanel layout</i>	25
Gambar II.11	<i>Picture window layout</i>	25
Gambar II.12	<i>Copy heavy layout</i>	26
Gambar II.13	<i>Frame layout</i>	26
Gambar II.14	<i>Silhoutte layout</i>	27
Gambar II.15	<i>Type specimen layout</i>	27
Gambar II.16	<i>Sircus layout</i>	28
Gambar II.17	<i>Grid layout</i>	28
Gambar II.18	<i>Bleed layout</i>	29
Gambar II.19	<i>Vertical panel layout</i>	29
Gambar II.20	<i>Angular layout</i>	30
Gambar II.21	<i>Informal balance layout</i>	30
Gambar II.22	<i>Two mortises layout</i>	31
Gambar II.23	<i>Quadran layout</i>	31
Gambar II.24	<i>Rebus layout</i>	32
Gambar II.25	Unsur-unsur pada iklan	32
Gambar III.1	Sektor Usaha Kuliner	40
Gambar III.2	Lokasi <i>Showroom</i> UKM Kota Depok.....	40
Gambar III.3	Lokasi <i>Showroom</i> UKM Kota Depok.....	41
Gambar III.4	Dodol Olahan Belimbing Dewa	42

Gambar III.5	Sirup Olahan Belimbing Dewa.....	42
Gambar III.6	Jus Olahan Belimbing Dewa	42
Gambar III.7	Wingko Olahan Belimbing Dewa.....	43
Gambar III.8	Total Responden yang mengisi Kuesioner.....	47
Gambar III.9	Total Responden berdasarkan Usia	47
Gambar III.10	Total Responden berdasarkan Status Pekerjaan	48
Gambar III.11	Total Responden berdasarkan Status Responden.....	48
Gambar III.12	Total Responden berdasarkan Lama Bertempat Tinggal.....	49
Gambar III.13	Total Responden berdasarkan Pengetahuan Oleh-oleh Depok ...	49
Gambar III.14	Total Responden berdasarkan Minat Media Promosi	50
Gambar III.15	Total Responden berdasarkan Media Promosi Efektif.....	50
Gambar III.16	Total Responden yang memilih Media Website.....	51
Gambar III.17	Total Responden yang memilih Media Brosur.....	52
Gambar III.18	Total Responden yang memilih Media Katalog.....	52
Gambar III.19	Total Persentase Masyarakat memilih <i>Website</i>	53
Gambar III.20	<i>Website</i> Oleh-olehku.com	53
Gambar III.21	<i>Website</i> Kartikasari.com	54
Gambar III.22	<i>Website</i> Rumaholeh-oleh.com.....	54
Gambar III.23	<i>Website</i> Oleh-olehjogja.com	54
Gambar III.24	Total Persentase Masyarakat memilih jenis <i>Website</i>	55
Gambar III.25	Total Persentase Masyarakat memilih prinsip <i>Website</i>	55
Gambar III.26	Total Persentase Masyarakat memilih isi <i>Website</i>	56
Gambar IV.1	Buah Belimbing Dewa	61
Gambar IV.2	Contoh Warna Buah Belimbing Dewa	62
Gambar IV.3	Contoh Gaya Typografi <i>Simple Classic</i>	63
Gambar IV.4	Contoh Gaya Warna <i>Simple Classic</i>	63
Gambar IV.5	Contoh Gaya Layout <i>Simple Classic</i>	64
Gambar IV.6	Skema Warna Layout Media Promosi	64
Gambar IV.7	Skema Warna Logo Media Promosi.....	65
Gambar IV.8	Skema Perancangan Warna Typografi Media Promosi	66
Gambar IV.9	Perancangan Typografi pada Konsep Visual	67
Gambar IV.10	Perancangan Typografi pada Konsep Visual	67

Gambar IV.11	<i>Style Modern</i>	68
Gambar IV.12	<i>Style Prestigious</i>	68
Gambar IV.13	<i>Multipanel Layout</i>	69
Gambar IV.14	<i>Gaya Desain Simple Classic</i>	70
Gambar IV.15	<i>Logo Gaya Desain Simple Classic</i>	75
Gambar IV.16	<i>Layout Gaya Desain Simple Classic</i>	75
Gambar IV.17	<i>Layout Website Home</i>	76
Gambar IV.18	<i>Layout Website Product</i>	76
Gambar IV.19	<i>Layout Website Product Wingko</i>	77
Gambar IV.20	<i>Layout Brosur Tampak Depan</i>	77
Gambar IV.21	<i>Layout Brosur Tampak Dalam</i>	78
Gambar IV.22	<i>Layout Cover Katalog</i>	78
Gambar IV.23	<i>Layout Balik Cover Katalog</i>	79
Gambar IV.24	<i>Layout Katalog Hal 4-5</i>	79
Gambar IV.25	<i>Layout Katalog Hal 6-7</i>	80
Gambar IV.26	<i>Layout Katalog Hal 8-9</i>	80
Gambar IV.27	<i>Layout Katalog Hal 10-11</i>	81
Gambar IV.28	<i>Godiebag</i>	81
Gambar IV.29	<i>Membercard</i>	82
Gambar IV.30	<i>Stiker Belimbing Dewa</i>	82
Gambar IV.31	<i>Kartu Ucapan</i>	83
Gambar IV.32	<i>Cover Notes</i>	83
Gambar IV.33	<i>Isi Notes</i>	84
Gambar IV.34	<i>Pulpen</i>	84
Gambar IV.35	<i>Voucher</i>	85
Gambar IV.36	<i>Gantungan Kunci</i>	85
Gambar IV.37	<i>Piring</i>	86
Gambar IV.38	<i>Gelas</i>	86