

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Media Promosi Oleh-Oleh Belimbing Dewa Depok”. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Sekolah Komunikasi Multimedia, Institut Manajemen Telkom.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis, terutama pada :

1. Ibu Lia Yuldinawati, ST, MM, selaku Dosen Pembimbing dan Koordinator Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Kepada Pemerintah Kota Depok beserta Dinas Koperasi Daerah Kota Depok yang telah memberi bantuan dalam memperoleh data.
3. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, baik bagi penulis maupun setiap orang yang membacanya. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, Juni 2012

Penulis

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	<i>Sirup Olahan Belimbing Dewa</i>	42
Gambar III.6	Jus Olahan Belimbing Dewa	42
Gambar III.7	<i>Wingko Olahan Belimbing Dewa</i>	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