

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan puja dan puji syukur atas rahmat dan Ridho Allah SWT, karena tanpa rahmat dan Ridhonya penulis tidak dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik dan merupakan persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan S1 jurusan Desain Komunikasi Visual di *TELKOM CREATIVE INDUSTRIES SCHOOL*.

Selama pelaksanaan kerja proesi, banyak kesulitan yang penulis hadapi dan tak lepas dari segala keterbatasan, seperti kesulitan dalam mendesain, dan mencari ide kreatif. Namun dengan bantuan dari berbagai pihak, Alhamdulillah dapat penulis selesaikan sebagaimana mestinya.

Dalam penyusunan laporan akademik ini, penulis mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

Kedua orang tua tercinta yang telah mendukung baik dari segi materi maupun segi spiritual (do'a).

Keluarga yang telah memotivasi penulis yang selalum mendukung penulis khususnya kekasih (mih) penulis yang selalumendoakan dan selalum menyemangati.

Iman

Sumargono, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing mata kuliah Tugas Akhir dan para dosen penguji, yang telah member banyak masukan dan dorongan positif kepada penulis untuk menyelesaikan laporan ini dengan baik dan terimakasih yang banyak buatkan dan akhirnya pak sudah memberikan momen yang sangat berkesan.

Tidak lupaterimakasih yang banyak kepada kawan-kawan seperjuangan yang telah melewati bersamadalam menyelesaikan penulisan ini,

untukakang/mamangHilalaiiiiihhhh.... nuhunatassegalanasehatdandukunganya, bibeh/Faisal
habibie alias duel mautdariawalkuliahinggaakhirtertetapberduelria,
terimakasihyaNicogantasi orang jepang yang telahberpartisipasidalamtugasakhirpenulis,
deblenks/mamangDikasimawarbodas, Sadam/kiting sibubok di kepala, Gilangfergian,
danRizagondrongss, Danidansen, Bowo,
Kharismamakasihbuatbukupinjamanyajugawakikbaltanpa kalian
tugasakhirinitidakakanmenjadiberwarnaMangsss.....

Semogaamalbaikmerekadicatatsebagaiamalshalehdansemogaapa yang
penuliskerjakanmendapatridha Allah SWT, amin.

Penulismenyadariakankekurangandanketerbatasanlaporanini,
untukitupenulismelakukanbimbingankepadadosenpembimbinguntukmemberikan saran
dankritiknya yang bersifatmemperbaikipenulisanini. Mudah-
mudahanlaporanini dapatbermanfaatbagipembacadankhususnyauntukpenulis.

Bandung,Juli 2014

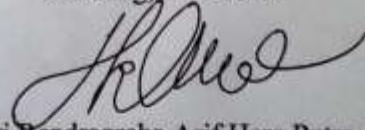
DwiRendragrahaArif Hera Putra

telah berpartisipasi dalam tugas akhir penulis, deblenks/mamang Dika si mawar bodas, Sadam/kiting si bubok di kepala, Gilang fergian, dan Riza gondrongss, Dani dansen, Bowo, Kharisma makasih buat buku pinjamanya juga wak ikbal tanpa kalian tugas akhir ini tidak akan menjadi berwarna Mangssss.....

Semoga amal baik mereka dicatat sebagaia amal shaleh dan semoga apa yang penulis kerjakan mendapat ridha Allah SWT, amin.

Penulis menyadari akan kekurangan dan keterbatasan laporan ini, untuk itu penulis melakukan bimbingan kepada dosen pembimbing untuk memberikan saran dan kritiknya yang bersifat memperbaiki penulisan ini. Mudah-mudahan laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya untuk penulis.

Bandung, Juli 2014



Dwi Rendragraha Arif Hera Putra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Permasalahan.....	3
1.2.1. Identifikasi masalah.....	3
1.2.2. Rumusan masalah.....	3
1.3. Ruang Lingkup.....	3
1.4. Tujuan Perancangan.....	4
1.5. Cara Pengumpulan Data Dan Analisis.....	5
1.5.1. Sumber Data Primer dan Sekunder.....	5
1.5.2. Sumber Data Sekunder.....	6
1.6. Kerangka Perancangan.....	7
1.7. Pembabakan.....	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2. Dasar Pengertian Promosi.....	10
2.3. Manajemen Periklanan.....	10
2.3.1. Tujuan Promosi.....	10
2.3.2. Bauran Promosi.....	11
2.4. Dasar Pengertian Media.....	13
2.4.1. Definisi Film.....	14

2.4.2. Video Promosi.....	14
2.4.3. Video Teaser.....	15
2.5. Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual.....	15
2.5.1. Brand Identity (Identitas Merek).....	15
2.5.2. Logo dan Simbol.....	16
2.5.3. Garis.....	19
2.5.4. Warna.....	19
2.5.5. Tipografi.....	24
2.5.6. Psikologi Remaja.....	27
2.6. Pariwisata.....	29
2.7. Teori Analisis SWOT.....	33
2.8. Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).....	34
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	35
3.1. Situs kampung Cikondang.....	35
3.2. Data Objek Penelitian.....	35
3.2.1. Dasar Pengertian Rumah Adat di situs kampung Cikondang.....	35
3.2.2. Konsep perancangan ide.....	43
3.2.3. Khalayak Sasaran.....	44
3.3. Strategi Perancangan.....	45
3.3.1. Strategi Pendekatan.....	45
3.3.2. Strategi Komunikasi.....	46
3.3.3. Strategi Kreatif.....	47
3.4. Analisis.....	52
3.5. Konsep AIDA.....	53
3.5.1. Analisis Masalah.....	54
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	59
4.1 Konsep.....	59
4.1.1 Konsep Pesan.....	59
4.1.2 Konsep Kreatif.....	60
4.1.3. Konsep Media.....	62
4.1.4. Konsep Visual.....	70
4.1.5. Hasil Perancangan.....	79

Pra Produksi	81
4.2. Konsep Marketing Communication.....	84
4.2.1. Tahap Pendistribusian.....	84
4.2.2. Tahap Evaluasi.....	85
4.3. Hasil Perancangan.....	87
4.3.1 Blocking Script.....	87
4.3.2 Sinopsis Video.....	87
4.3.3 Shoot List.....	88
4.4.4. Screenshoot pasca editing.....	89
BAB V KESIMPULAN.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Bagan 1. 1 Kerangka Perancangan.....	8
Bagan 4. 1 referensi video promosi (sumber : Youtube).....	72
Bagan 4. 2 referensi elemen/icon dan warna (sumber : google).....	72
Bagan 4. 3 referensi Logo wisata dalam negeri dan luar negeri.....	73
Tabel 3. 1 Matriks SWOT.....	57
Tabel 3. 2 Skema analisis (sumber : data pribadi hasil observasi).....	59
Tabel 3. 3 Matriks Kegiatan Sejenis (sumber : data pribadi hasil observasi).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1Kemiripan (Similarity)	18
Gambar 2. 2Kedekatan (Proximity)	19
Gambar 2. 3Penutupan (<i>Closure</i>)	19
Gambar 2. 4Kontinuitas (<i>Continuity</i>).....	20
Gambar 2. 5Figur-latar (Figure-ground)	20
Gambar 2. 6Lingkaran Warna.....	22
Gambar 2. 7Model Warna Warna	23
Gambar 3. 1 Abah Juhara.....	51
Gambar 3. 2 Diagram persentase Kuesioner	53
Gambar 4. 1Facebook Page.....	65
Gambar 4. 2 Web page.....	65
Gambar 4. 3 Youtube	66
Gambar 4. 4lekungan/lingkaran.....	74
Gambar 4. 5kujang Ciung/burung (Sumber : www.bagus0101.blogspot.com)	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sketsa Storyboard	105
Lampiran 2 Sketsa logo awal.....	105
Lampiran 3 Mapping Media :	106
Lampiran 4 mapping icon dan warna	106
Lampiran 5 Penjabaran Mapping	107
Lampiran 6 Mapping strategi media promosi.....	107
Lampiran 7 Sketsa pembagian segmen dan scene pada video promosi.....	108
Lampiran 8 sketsa penjabaran angle	108