

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Serta shalawat dan salam tidak lupa kami panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat manusia ke jalan yang penuh keilmuan.

Dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana desain program studi desain komunikasi visual, maka penulis melakukan penelitian dan penulisan laporan tugas akhir terhadap sebuah objek wisata rekreasi Bandung Carnival Land yang beralamat di Jl.Sinargalih No.15 Karangsetra Bandung Jawa Barat. Penelitian dan penulisan laporan dilakukan sejak bulan September 2013 sampai dengan bulan Januari 2014.

Beberapa pihak telah turut serta dalam memberikan petunjuk, dukungan, serta motivasi bagi penulis, sehingga perancangan tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M.Ds selaku Ka. Prodi Desain Komunikasi Visual Telkom *University*, yang telah memberikan pembinaan kepada seluruh mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual.
2. Bapak Bijaksana Prabawa, S.Ds., MM selaku dosen pembimbing pertama, yang penuh kesabaran dan keikhlasan telah memberikan bimbingan selama penyusunan laporan tugas akhir hingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan.
3. Ati Mustikasari, SE., MM selaku dosen pembimbing kedua, yang penuh kesabaran dan keikhlasan telah memberikan bimbingan selama penyusunan laporan tugas akhir hingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan.
4. Seluruh staf akademis Prodi Desain Komunikasi Visual Telkom *University* yang telah meluangkan waktu untuk selalu membantu penulis selama menjalankan tugas akhir hingga selesai.

5. Kedua orang tua penulis yaitu Agus Suwandi dan Irmawati, karena keduanya selalu menuntun dan menanamkan semangat belajar kepada anak-anaknya. Dan untuk semua kerabat terdekat yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Kritik serta saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, 3 Februari 2014

Andri Septian Iriandi

DAFTAR ISI

RE-DESIGN MEDIA PROMOSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Fokus Permasalahan	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Cara Pengumpulan Data	5
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II.....	9
2.1 Teori Marketing.....	9
2.1.1 Promotion mix.....	9
2.2 Teori Media Promosi.....	10
2.3 Teori Prilaku Konsumen	14
2.4 Teori Analisis STP	20
2.4.1 <i>Segmenting</i>	21
2.4.2 <i>Targeting</i>	22
2.4.3 <i>Positioning</i>	23
2.5 Teori Komunikasi.....	23
2.6 Teori Visual.....	25
2.6.1 <i>Layout</i>	26

2.6.2 Komposisi.....	21
2.6.3 Warna.....	30
2.6.4 Tipografi.....	33
2.6.5 Ilustrasi.....	36
BAB III	37
3.1 Data dan Fakta.....	37
3.1.1 Profil Bandung Carnival Land	37
3.1.2 Visi dan Misi	39
3.1.3 Struktur Organisasi	39
3.1.4 Data Fasilitas.....	40
3.1.5 Data Hasil Wawancara	46
A. Wawancara Pengelola.....	46
B. Wawancara Pengunjung	47
3.1.6 Data Khalayak Sasaran	49
3.1.7 Data Hasil Kuisisioner	50
3.1.8 Tinjauan Terhadap Program Terdahulu dan Proyek Sejenis.....	54
A. Program Terdahulu	54
B. Proyek Sejenis.....	58
C. Matriks Tinjauan Program Terdahulu dan Proyek Sejenis	62
3.2 Analisis	64
3.2.1 Analisis Data Hasil Wawancara.....	64
3.2.1 Analisis Data Hasil Kuisisioner	65
3.2.3 Analisis Media Promosi Terdahulu.....	66
BAB IV	71
4.1 Konsep Pesan	71
4.1.1 Tujuan Pesan	71
4.1.2 Sasaran Pesan	72
4.1.3 Strategi pesan	73
4.1.4 <i>Tagline</i>	74
4.2 Konsep kreatif	74
4.3 Konsep visual	78
A. Gaya Gambar	78

B. Warna	78
C. Tipografi.....	79
D. <i>Layout</i>	80
4.4 Konsep Bisnis	82
4.5 Konsep Media	83
4.5.1 Pemilihan media.....	83
4.5.2 <i>Timeline</i> Media.....	87
4.5.3 Budgeting Media.....	90
4.6 Hasil Perancangan	92
BAB V.....	101
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Psikologi Warna	33
Tabel III.1 Matriks Analisis Program Terdahulu dengan Pesaing	62
Tabel III.2 Matriks Analisis Perbandingan Program Terdahulu dengan Pesaing	63
Tabel III.3 Matriks Analisis Brosur Terdahulu	66
Tabel III.4 Matriks Analisis Spanduk Terdahulu	67
Tabel III.5 Matriks Analisis Baliho Terdahulu	68
Tabel III.6 Matriks Analisis Stiker Terdahulu	69
Tabel IV.1 Klasifikasi Media Promosi Berdasarkan Tahapan Komunikasi	86
Tabel IV.2 Timeline Media	87

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar I.1 Diagram Jumlah Pengunjung</u>	2
<u>Gambar I.2 Krangka Perancangan</u>	7
<u>Gambar II.1 Model AIDA</u>	17
<u>Gambar II.2 Layout Axial</u>	27
<u>Gambar II.3 Layout Grup</u>	27
<u>Gambar II.4 Layout Band</u>	28
<u>Gambar II.5 Layout T</u>	28
<u>Gambar II.6 Lingkaran Warna</u>	31
<u>Gambar II.7 Huruf <i>Old Style</i></u>	34
<u>Gambar II.8 Huruf <i>Modern</i></u>	34
<u>Gambar II.9 Huruf <i>Slab Serif</i></u>	35
<u>Gambar II.10 Huruf <i>san Serif</i></u>	35
<u>Gambar II.9 Huruf <i>Kontemporer</i></u>	36
<u>Gambar III.1 Logo Bandung Carnival Land</u>	37
<u>Gambar III.2 Taman Lampion</u>	38
<u>Gambar III.3 Struktur Organisasi</u>	39
<u>Gambar III.4 Wahana Cinema 4D</u>	40
<u>Gambar III.5 Wahana Rumah Hantu</u>	40
<u>Gambar III.6 Wahana Sepeda Udara</u>	41
<u>Gambar III.7 Wahana Kursi Terbang</u>	41
<u>Gambar III.8 Wahana Ulat Gila</u>	42
<u>Gambar III.9 Wahana Mangkok <i>Tsunami</i></u>	42
<u>Gambar III.10 Wahana <i>Dragon Swing</i></u>	49
<u>Gambar III.11 Wahana Buah Terbang</u>	49
<u>Gambar III.12 Wahana <i>Laser Room</i></u>	50
<u>Gambar III.13 Wahana <i>Drop Zone</i></u>	50
<u>Gambar III.14 Wahana Taman Lampion</u>	51
<u>Gambar III.15 Wahana <i>Games Zone</i></u>	51
<u>Gambar III.16 Foto Ibu Kenny Pengunjung BCL</u>	52
<u>Gambar III.17 Grafik Sumber Informasi Tentang BCL</u>	52

<u>Gambar III.18 Grafik Kecukupan Informasi</u>	53
<u>Gambar III.19 Grafik Alasan Responden atas Kecukupan Informasi</u>	53
<u>Gambar III.20 Grafik Ketertarikan Pengunjung untuk datang</u>	54
<u>Gambar III.21 Grafik Alasan Pengunjung untuk datang</u>	54
<u>Gambar III.22 Brosur</u>	55
<u>Gambar III.23 Spanduk</u>	55
<u>Gambar III.24 Stiker</u>	56
<u>Gambar III.25 Poster</u>	56
<u>Gambar III.26 Baliho</u>	57
<u>Gambar III.27 Facebook</u>	57
<u>Gambar III.28 Logo Bns</u>	59
<u>Gambar III.29 X-banner BNS</u>	59
<u>Gambar III.30 Facebook BNS</u>	60
<u>Gambar III.31 Twitter BNS</u>	60
<u>Gambar III.32 Website BNS</u>	61
<u>Gambar IV.1 Referensi Balon dan Bendera Carnival</u>	75
<u>Gambar IV.2 Referensi Badut</u>	76
<u>Gambar IV.3 Maskot Bandung Carnival Land</u>	77
<u>Gambar IV.4 Warna yang digunakan</u>	79
<u>Gambar IV.5 Jenis Huruf KG Ten Thousand Reason</u>	79
<u>Gambar IV.6 Jenis Huruf KG Second Chances Sketch</u>	79
<u>Gambar IV.7 Jenis Huruf KG Second Chances Solid</u>	80
<u>Gambar IV.8 Layout Grup</u>	72
<u>Gambar IV.9 Brosur Tampak Depan</u>	92
<u>Gambar IV.10 Brosur Tampak Belakang</u>	93
<u>Gambar IV.11 Spanduk</u>	93
<u>Gambar IV.12 Flyer</u>	94
<u>Gambar IV.13 Poster</u>	95
<u>Gambar IV.14 Poster Event</u>	96
<u>Gambar IV.15 X-Banner</u>	97
<u>Gambar IV.16 Website</u>	98
<u>Gambar IV.17 Stiker</u>	98

<u>Gambar IV.18</u> <i>T-shirt</i>	99
<u>Gambar IV.19</u> Gantungan Boneka	99
<u>Gambar IV.20</u> <i>Mug</i>	100