



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI GO-JEK

Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Kevin Lagona Tarigan
NIM : 10120210170
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2014

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Lagona Tarigan

NIM : 10120210170

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI GO-JEK

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13-8-2014

Kevin Lagona Tarigan



UMMN

The logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is a large, light blue circle containing a stylized white building with several square windows. Below the logo, the letters 'UMMN' are written in a large, bold, light blue sans-serif font.

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul TA

Oleh

Nama : Nama Mahasiswa

NIM : XXXXXXXXXXXXXXXX

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, HH BB TTTT

Pembimbing I

Nama Dosen Pembimbing

Penguji Ketua Sidang

Nama Dosen Penguji Nama Ketua Sidang

Ketua Program Studi

Nama Kaprodi

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir penulis yang berjudul “Perancangan Visual Media Promosi GO-JEK” dengan lancar.

“Perancangan Visual Media Promosi GO-JEK” merupakan tema yang penulis pilih sebagai tema Tugas Akhir yang penulis tempuh di Universitas Multimedia Nusantara, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn). Penulis tertarik untuk merancang media promosi GO-JEK karena perusahaan tersebut menawarkan solusi bagi masyarakat, khususnya dalam permasalahan kemacetan yang tengah dialami masyarakat Jakarta dan juga penulis alami sendiri. Penulis berharap dengan adanya perancangan media promosi untuk GO-JEK, keberadaan perusahaan ini semakin diketahui sehingga masyarakat Jakarta memiliki alternatif solusi dalam berkendara yang praktis dan cepat. Laporan Tugas Akhir ini merupakan langkah dan penerapan teori yang selama ini penulis sudah dapatkan selama menjadi mahasiswa Desain Grafis, Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Desi Dwi Kristanto, S.Ds., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara

2. Bapak Harifa Ali Albar Siregar, S.Sos., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi masukan selama proses pembuatan karya Tugas Akhir
3. Bapak Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds., selaku pembimbing akademik penulis yang telah membantu, memotivasi, serta memberikan petunjuk pada penulis dalam menentukan judul Tugas Akhir
4. Bapak Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds., selaku dosen penguji, yang telah mengkritik dan memberikan solusi terhadap Tugas Akhir penulis, sehingga menjadi lebih baik
5. Ibu Sam Diah selaku *General Manager* GO-JEK yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengangkat GO-JEK sebagai objek penelitian
6. Bapak Risqi Hardianto selaku marketing GO-JEK yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber penulis dan memberikan informasi mengenai GO-JEK kepada penulis
7. Bapak Rio Ardiansyah atas kesediaanya memberikan informasi mengenai GO-JEK dan meminjamkan properti GO-JEK kepada penulis
8. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan penulis dan memberikan dukungan selama perancangan Tugas Akhir
9. Teman-teman yang sudah membantu penyebaran kuesioner Rizvandi, Mya, Dian dan Petrus

10. Paul Titus, Aryodhia, Bagus, Marfuza, Andrian, Bagus, Basir, Bang Adit, teman-teman kelompok tugas akhir Michelle, Irene, Prabhawa.

Dan untuk pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuannya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat membantu penulis menjadi lebih baik. Penulis berharap agar laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang, 11 Agustus 2014

Kevin Lagona Tarigan

UMMN

ABSTRAKSI

Tingkat kemacetan di Jakarta meningkat setiap tahunnya. Peningkatan kemacetan ini disebabkan oleh banyak faktor seperti kondisi jalanan yang kurang baik, maupun banyaknya jumlah kendaraan di jalanan. Sarana angkutan umum yang masih kurang baik membuat masyarakat enggan untuk beralih dari kendaraan pribadi ke transportasi umum. Macet di Jakarta menimbulkan banyak kerugian dari segi waktu, materi, dan kesehatan. Dewan Transportasi Kota Jakarta (DTKJ) mengatakan bahwa kerugian dari macet di Jakarta mencapai Rp128 triliun per tahun.

Penulis memilih mengangkat GO-JEK karena melihat potensi yang ada pada perusahaan tersebut di tengah situasi kemacetan yang ada di Jakarta, namun kurang diketahui dan disadari oleh masyarakat. GO-JEK merupakan perusahaan baru sehingga perlu melakukan promosi agar masyarakat mengetahui keberadaan GO-JEK dan dapat menggunakan jasa GO-JEK sebagai solusi transportasi yang menghemat waktu di tengah kemacetan Jakarta.

Kata kunci: Tugas akhir, go-jek, Perancangan Media Promosi

UMMN

ABSTRACT

The levels of congestion in Jakarta is getting higher every year. It is caused by many factors such as poor road conditions, as well as the number of vehicles on the road. Means of public transport are still not good to make people reluctant to switch using private vehicles to public transport. Congestion in Jakarta is caused many losses in terms of time, materials, and health. Jakarta Transportation Council (DTKJ) said that the congestion losses in Jakarta reached Rp128 trillion per year.

The author chose lifted GO-JEK as seeing the potential that exists in the company in the midst of the traffic jam in Jakarta, but it less is known and recognized by the public. GO-JEK is a new company that needs to do a promotion so that people know the existence of GO-JEK and can use the services of GO-JEK as a transportation solution that saves time in the middle of the traffic congestion in Jakarta.

Keywords: (final project, go-jek, designing promotional media)

U M N

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VIII
<i>ABSTRACT</i>	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	4
1.7. Metode Perancangan	5
1.8. Skematika Perancangan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	8
2.2. Promosi	22
2.3. Transportasi.....	28
2.4. Psikologi Target	30

2.5. Prilaku Konsumen kelas menengah	31
2.6. Keselamatan Berkendara.....	33
BAB III METODOLOGI	37
3.1. GO-JEK.....	37
3.1.1. Data Wawancara	38
3.1.2. Data Kuesioner.....	40
3.1.3. <i>Mind Mapping</i>	51
3.2. Kompetitor	53
3.3. Konsep Kreatif	54
BAB IV PERANCANGAN.....	56
4.1. Pengembangan Konsep	56
4.1.1. <i>Brainstorming</i>	56
4.1.2. Konsep Promosi.....	56
4.2. Konsep Perancangan Visual.....	60
4.2.1. Konsep Ilustrasi.....	60
4.2.2. Konsep Tipografi.....	61
4.2.3. Konsep Layout.....	62
4.2.4. Konsep Warna	62
4.2.5. Finalisasi Visual	62
2. <i>Flyer</i> Digital	67
3. Kartu Nama	68
4. Jaket.....	70
4.3. Aplikasi Kreatif.....	72
4.4. Anggaran Biaya.....	74
BAB V PENUTUP.....	77
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh prinsip <i>unity</i> 1	9
Gambar 2.2. Contoh prinsip <i>unity</i> 2	10
Gambar 2.3. Contoh prinsip <i>Scale & Proportion</i> 1	11
Gambar 2.4. Contoh prinsip <i>Scale & Proportion</i> 2	11
Gambar 2.5. Perlengkapan Berkendara yang aman	35
Gambar 2.6. Pakaian Berkendara yang aman	36
Gambar 3.1. Logo GO-JEK	37
Gambar 3.2. Diagram transportasi menuju kantor	40
Gambar 3.3. Diagram tingkat kenyamanan transportasi umum di Jakarta	40
Gambar 3.4. Diagram tingkat keamanan transportasi umum di Jakarta	41
Gambar 3.5. Diagram tingkat stress akibat macet.....	41
Gambar 3.6. Diagram pilihan utama transportasi saat macet.....	42
Gambar 3.7. Diagram pilihan responden antara GO-JEK dengan kompetitor dari segi keamanan	42
Gambar 3.8. Diagram pilihan responden antara GO-JEK dengan kompetitor dari segi kenyamanan	43
Gambar 3.9. Diagram pilihan responden antara GO-JEK dengan kompetitor dari segi penampilan.....	43
Gambar 3.10. Diagram tingkat kesulitan menemukan ojek.....	44
Gambar 3.11. Diagram keluhan responden terhadap ojek	45
Gambar 3.12. Diagram kesadaran responden terhadap promosi GO-JEK.....	45

Gambar 3.13. Diagram responden yang risih akan fasilitas peminjaman peralatan keselamatan berkendara	46
Gambar 3.14. Diagram sosial media yang paling banyak diakses responden	47
Gambar 3.15. Diagram yang dibutuhkan dari menggunakan jasa ojek	47
Gambar 3.16. Diagram Kata yang ada dibenak responden ketika mendengar kata pembalap	48
Gambar 3.17. Diagram kata yang ada dibenak responden ketika mendengar kata <i>super hero</i>	48
Gambar 3.18. Diagram kata yang ada dibenak responden ketika mendengar kata <i>superman</i>	49
Gambar 3.19. Diagram Ilustrasi yang menarik bagi responden. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.20. Diagram makna warna hijau bagi responden	49
Gambar 3.21. <i>Mind Mapping</i> Media Promosi GO-JEK	51
Gambar 3.22. Panduan Warna GO-JEK	54
Gambar 4.1. Font Harabara	61
Gambar 4.2. <i>Font Helvetica</i>	61
Gambar 4.3. Sketsa untuk media promosi GO-JEK	63
Gambar 4.4. Desain untuk <i>banner ads</i> GO-JEK 1. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.5. Desain untuk <i>banner ads</i> GO-JEK 2. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.6. Desain untuk banner ads GO-JEK 2. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.7. Desain untuk <i>flyer</i> GO-JEK	68
Gambar 4.8. Kartu nama GO-JEK tampak depan.....	69

Gambar 4.9. Kartu nama GO-JEK tampak belakang..... 69

Gambar 4.10. Desain jaket 1**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.11. Desain jaket 2**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.12. Desain jaket 3**Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

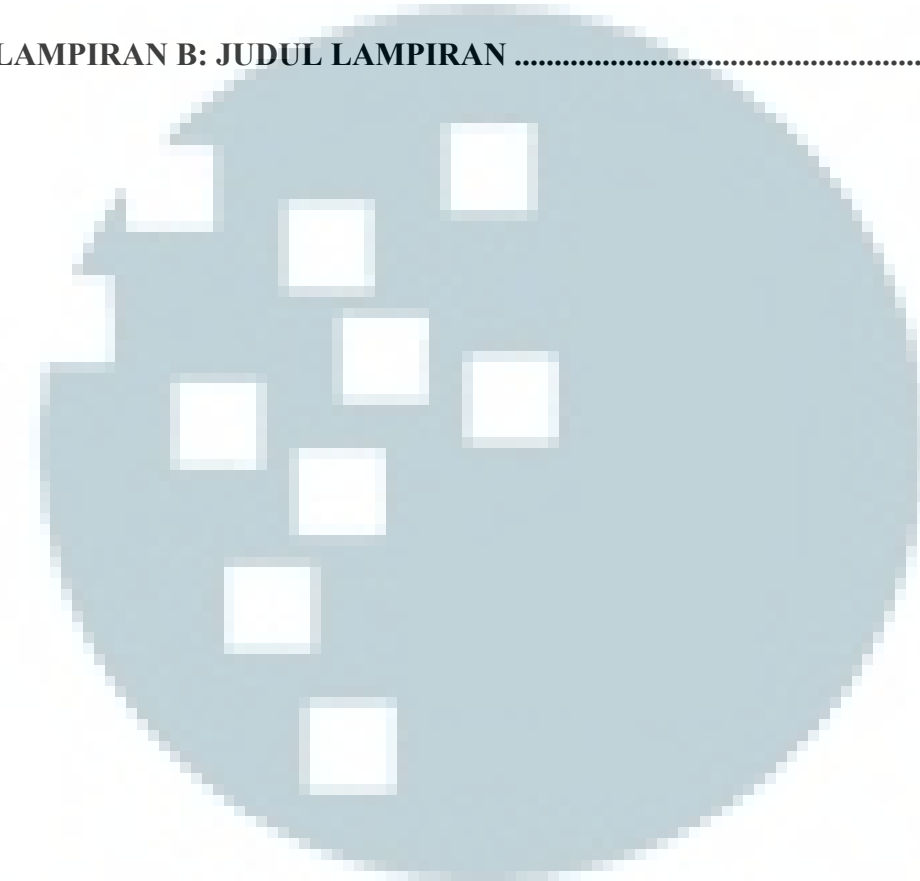
Tabel 4.1 Tabel Media Plan	59
Tabel 4.2 Rincian biaya.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: JUDUL LAMPIRAN ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

LAMPIRAN B: JUDUL LAMPIRAN XVII



UMN