



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 MEDIA PROMOSI KEBUN RAYA

CIBODAS SEBAGAI LOKASI *PRE WEDDING*

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Maria Christalia Cathlyn
NIM : 11120210100
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Christalia Cathlyn

NIM : 1112010100

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI LOKASI *PRE WEDDING*

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.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 30 Juni 2015

Maria Christalia Cathlyn

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

UMMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KEBUN RAYA CIBODAS SEBAGAI LOKASI *PRE WEDDING*

Oleh

Nama : Maria Christalia Cathlyn

NIM : 11120210100

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 30 Juni 2015

Pembimbing I

Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Iqbal Maimun Umar, S.Sn., M.Ds.

Gideon K. F., S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena hanya karena kasih karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Gaya hidup modern saat ini mulai merambat pada banyak budaya. Salah satunya adalah budaya foto *pre wedding* yang dilakukan pasangan sebelum menikah. Di kota-kota besar, foto *pre wedding* menjadi sebuah budaya yang sangat melekat di kalangan pasangan.

Melihat budaya modern ini, banyak tempat wisata yang mulai menyediakan fasilitas pemotretan *pre wedding*. Salah satunya adalah Kebun Raya Cibodas. Dengan keunikan pemandangan dan objek wisata yang beragam, menjadi salah satu daya tarik bagi pasangan muda untuk melakukan pemotretan *pre wedding* di kawasan ini. Maka dari itu, penulis memilih untuk membuat media promosi Kebun Raya Cibodas sebagai lokasi *pre wedding*. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan fasilitas sebagai lokasi *pre wedding* yang disediakan oleh pihak Kebun Raya Cibodas ke targetnya, sehingga fasilitas ini menjadi lebih ramai. Kemudian, dengan meningkatnya peminat dari fasilitas ini, menjadi salah satu bentuk media promosi lain untuk mengundang masyarakat datang ke Kebun Raya Cibodas sebagai pengunjung. Tujuan berikutnya adalah sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni di Universitas Multimedia Nusantara.

Laporan Tugas akhir yang berjudul Perancangan Media Promosi Kebun Raya Cibodas sebagai Lokasi *Pre Wedding* ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak.

Pada Kesempatan kali ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Desi Dwi Kristanto, S.Ds., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds. selaku pembimbing yang sudah meluangkan waktunya dan dengan sabar selalu membimbing penulis selama proses pembuatan laporan ini.
3. Dian selaku perwakilan pengelola dari Kebun Raya Cibodas yang sudah memberikan kesempatan, informasi, dan waktu bagi penulis
4. Keluarga besar penulis atas dukungan dan motivasinya selama ini.
5. Teman-teman terdekat dan seperjuangan penulis atas segala bantuan dan motivasinya, Rio Valentinus, Herlina Kartika Chandra, Michelle Yulia, Prunella dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
6. Semua pihak yang sudah ikut terlibat dan tidak dapat disebutkan satu-persatu yang memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Kiranya laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Tangerang, 30 Juni 2015

Maria Christalia Cathlyn

ABSTRAKSI

Penulis membahas mengenai perancangan media promosi Kebun Raya Cibodas sebagai lokasi *Pre Wedding* untuk memenuhi syarat kelulusan Tugas Akhir. Kebun Raya Cibodas merupakan tempat wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi karena keberagaman tumbuhan, dan media wisata yang ditawarkan. Tempat wisata ini juga memberikan fasilitas-fasilitas bagi pengunjung, salah satunya adalah pemotretan *pre wedding* bagi pasangan yang akan menikah. Kurangnya media promosi mengenai fasilitas pemotretan *Pre Wedding* ini, menjadi salah satu alasan rendahnya peminat untuk melakukan pemotretan. Oleh sebab itu, dibutuhkan media promosi mengenai fasilitas *Pre Wedding* yang disediakan Kebun Raya Cibodas untuk meningkatkan peminatnya.

Dengan strategi promosi yang tepat melalui desain visual diharapkan ke depannya Kebun Raya Cibodas dapat dikenal dan diingat oleh masyarakat.

Kata kunci : **Media Promosi, *Pre Wedding*, Desain Komunikasi Visual**

UMMN

ABSTRACT

The author discusses the media campaign for Kebun Raya Cibodas as Pre Wedding location in order to fulfill Final graduation assignment. Kebun Raya Cibodas is a pleasing and attractive tourist place to visit for its plant diversity and media tours offered. Besides, this site also provide another facilities for visitors, one of which is a pre wedding photoshoot for couple.

Lack of media promotion, must be the reason why this site is not well known enough for a photoshoot site. Therefore, by this media campaign the author wish to encourage the readers regarding the Pre Wedding site which Kebun Raya Cibodas provided.

With the right promotion strategy through visual design the authour expected Kebun Raya Cibodas can be known and remembered by the public.

Keywords : Media Promotion, Pre Wedding, Design Communication Visual

U M N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	3
1.6. Metode Pengumpulan Data	4
1.7. Metode Perancangan	5
1.8. Skematika Perancangan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7

2.1.	Wisata.....	7
2.2.	Desain.....	8
2.2.1.	Prinsip Desain.....	8
2.2.2.	Warna.....	10
2.2.3.	Tipografi.....	14
2.2.4.	Layout.....	15
2.2.5.	Fotografi.....	18
2.2.6.	Semiotika.....	19
2.3.	Media Promosi.....	20
2.3.1.	Media Cetak.....	21
2.3.2.	Flyer.....	21
2.3.3.	Pamflet dan Leaflet.....	22
2.3.4.	<i>Sticker</i>	23
2.3.5.	<i>Billboard</i>	24
2.3.6.	Banner.....	25
2.3.7.	Web Banner.....	26
2.3.8.	Media Sosial.....	27
2.3.9.	Tujuan Promosi.....	27
2.3.10.	Fungsi Promosi.....	28
BAB III	METODOLOGI.....	30
3.1.	Kebun Raya Cibodas.....	30
3.2.	Data Wawancara.....	33
3.2.1.	Wawancara dengan Perwakilan Pengelola.....	33

3.2.2.	Wawancara dengan Target Audience.....	36
3.2.3.	Wawancara dengan fotografer	37
3.3.	Data Observasi	38
3.4.	Analisis Data	39
3.5.	Studi Existing.....	40
BAB IV PERANCANGAN.....		44
4.1.	Konsep Perancangan	44
4.1.1.	Tujuan Perancangan	45
4.1.2.	Strategi Perancangan.....	45
4.2.	Mind Mapping	45
4.3.	Brainstorming.....	46
4.4.	Perancangan.....	47
4.4.1.	Konsep Foto	47
4.4.2.	Konsep Tipografi	48
4.4.3.	Warna	49
4.4.4.	Bentuk	49
4.4.5.	Layout	50
4.4.	Aplikasi pada Media.....	50
4.4.1.	Iklan Cetak pada Majalah Perkawinan.....	50
4.4.2.	Flyer	52
4.4.3.	Pamflet	53
4.4.4.	Banner	55
4.4.5.	<i>Billboard</i>	55

4.4.6.	Header Twitter	57
4.4.7.	Header Fanpage Facebook	57
4.4.8.	Iklan Website Seputar Wedding.....	58
4.4.9.	Iklan Website Weddingklik	59
4.5.	Budgeting	60
4.6.	Media Plan.....	60
BAB V PENUTUP		62
5.1.	Kesimpulan.....	62
5.2.	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA		xvii
LAMPIRAN.....		xix

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teori.....	7
Gambar 2.2. Lingkaran Warna.....	12
Gambar 2.3. RGB dan CMYK.....	13
Gambar 2.4. Serif.....	14
Gambar 2.5. Sans Serif.....	15
Gambar 2.6. Penggunaan sistem grid.....	17
Gambar 2.7. <i>Coloumn Grid</i>	18
Gambar 2.8. <i>Depth of Field</i>	19
Gambar 2.9. Contoh Media Cetak pada Majalah.....	21
Gambar 2.10. Contoh Flyer.....	22
Gambar 2.11. Contoh <i>Pamflet</i>	23
Gambar 2.12. Contoh Sticker.....	24
Gambar 2.13. Contoh <i>Billboard</i>	25
Gambar 2.14. Contoh <i>x-banner</i>	26
Gambar 2.15. Contoh <i>Web Banner</i>	26
Gambar 2.16. Contoh Media Sosial.....	27
Gambar 3.1. Gerbang Utama Kebun Raya Cibodas.....	30
Gambar 3.2. Wawancara dengan perwakilan pengelola.....	33
Gambar 3.3. Wawancara dengan pengunjung.....	36
Gambar 3.4. Iklan Majalah Clyde Park.....	41
Gambar 3.5. Iklan Majalah Chicago Botanical Garden.....	41
Gambar 3.6. Iklan Majalah Cameron Highland.....	42

Gambar 4.1. <i>Mindmap</i>	46
Gambar 4.2. Segoe UI Font	48
Gambar 4.3. Great Vibes font	48
Gambar 4.4. Warna yang digunakan.....	49
Gambar 4.5. Penggunaan elemen bentuk daun pada perancangan	50
Gambar 4.6. Penggunaan <i>Grid System</i> pada perancangan.....	50
Gambar 4.7. Desain Iklan Majalah Kebun Raya Cibodas	51
Gambar 4.8. Aplikasi Desain Iklan Majalah Kebun Raya Cibodas.....	51
Gambar 4.9. Desain Flyer Kebun Raya Cibodas	52
Gambar 4.10. Desain Pamflet Kebun Raya Cibodas (Tampak Depan).....	53
Gambar 4.11. Desain Flyer Kebun Raya Cibodas (Tampak Belakang)	54
Gambar 4.12. Desain Banner Kebun Raya Cibodas dan pengaplikasiaannya.....	55
Gambar 4.13. Desain Billboard Kebun Raya Cibodas dan pengaplikasiaannya ..	56
Gambar 4.14. Aplikasi Desain Header Twitter Kebun Raya Cibodas.....	57
Gambar 4.15. Aplikasi Desain Cover Facebook <i>Fanpage</i> Kebun Raya Cibodas.	58
Gambar 4.16. Aplikasi Desain Iklan Website Kebun Raya Cibodas Seputar Wedding	58
Gambar 4.17. Aplikasi Desain Iklan Website Kebun Raya Cibodas Weddingklik	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Budgeting	60
Tabel 4.2. Proses Perancangan dan Produksi	60
Tabel 4.3. Proses Penyebaran Media Promosi	61



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : SURAT PERMOHOHAN IJIN	xix
LAMPIRAN B : KARTU BIMBINGAN	xx
LAMPIRAN C : MIND MAP	xxii
LAMPIRAN D : PAMERAN	xxiii



UMN