

DKV 425

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI MAKANAN RINGAN KHAS
BANJARNEGARA KLOTAK SEBAGAI BENTUK
PENGENALAN MAKNAAN TRADISIONAL**



Dikerjakan Oleh:

DONNY HOGI SETYAPUTRA

15.L1.0062

DOSEN PEMBIMBING:

Ir. IGN DONO SAYOSO M.Sr

PROGRAM STUDI

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2020

DKV 425

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**PEMBUATAN MEDIA PROMOSI MAKANAN RINGAN KHAS
BANJARNEGARA KLOTAK SEBAGAI BENTUK
PENGENALAN MAKNAAN TRADISIONAL**



Dikerjakan Oleh:

DONNY HOGI SETYAPUTRA

15.L1.0062

DOSEN PEMBIMBING:

Ir. IGN DONO SAYOSO M.Sr

PROGRAM STUDI

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Donny Hogi Setyaputra

NIM: 15.L1.0062

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Unika Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PENGENALAN MAKANAN KHAS BANJARNEGARA “KLOTAK” BAGI ANAK USIA 13 SAMPAI 18 TAHUN

Saya dengan identitas yang tertera diatas, dengan ini menyatakan bahwa proyek akhir dengan judul “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PENGENALAN MAKANAN KHAS BANJARNEGARA “KLOTAK” BAGI ANAK USIA 13 SAMPAI 18 TAHUN” adalah murni dari hasil karya penulis yaitu saya sendiri serta telah mengikuti peraturan yang sesuai dengan peraturan akademik dalam melakukan kutipan.

Demikian pernyataan saya yang dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari ditemukannya bukti plagiasi, maipulasi, dan pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan lainnya, saya berdia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui segala bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 22 Juli 2020

Yang menyatakan,



Donny Hogi Setyaputra

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pembuatan Media Promosi Makanan Ringan Khas
Banjarnegara Klotak
Sebagai Bentuk Pengenalan Makanan Tradisional

Diajukan oleh : Donny Hogi Setyaputra

NIM : 15.L1.0062

Tanggal disetujui : 02 Juli 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing : Ir. Ign. Dono Sayoso M.S.R.

Penguji 1 : Bayu Widiatoro S.T., M.Sn

Penguji 2 : Tabita Nani Aryani S.Sn, M.Si

Ketua Program Studi : Bayu Widiatoro S.T., M.Sn

Dekan : Dr. Dra. B. Tyas Susanti M.A.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=15.L1.0062

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Donny Hogi Setyaputra

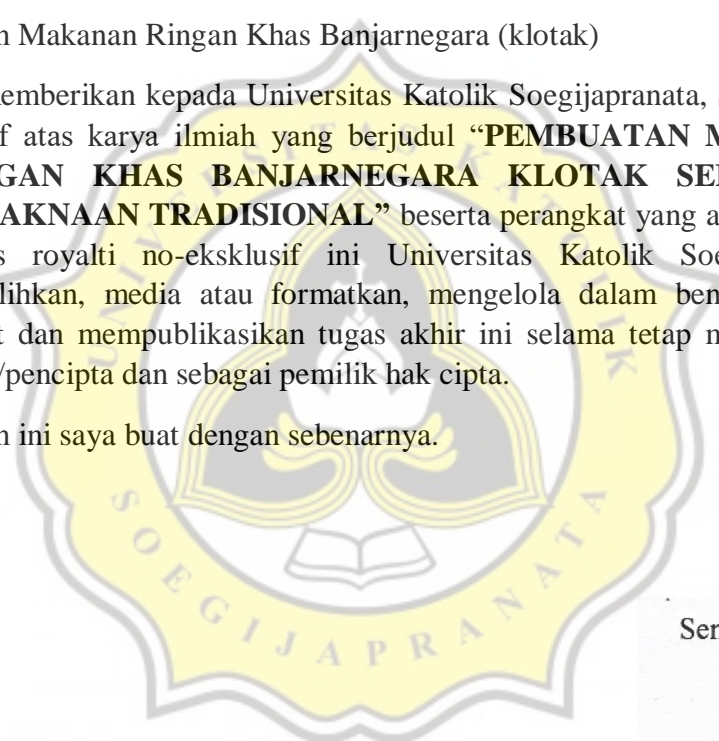
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Jenis Karya : Iklan Makanan Ringan Khas Banjarnegara (klotak)

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang hak bebas royalti non-eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“PEMBUATAN MEDIA PROMOSI MAKANAN RINGAN KHAS BANJARNEGARA KLOTAK SEBAGAI BENTUK PENGENALAN MAKNAAN TRADISIONAL”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti no-eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan, media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Semarang, 22 Juli 2020

Yang menyatakan,

Donny Hogi Setyaputra

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan atas rahmat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kuasanya saya dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa tidak akan mampu mengerjakan Proyek Akhir dengan baik apabila tanpa bimbingan, saran, motivasi, dan juga bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua saya yang saya cintai yaitu Bapak Susantoro dan Ibu Lili Nurhayati yang telah memotivasi saya dan juga membantu dari segi finansial demi kelancaran Proyek Akhir ini.
2. Yang Terhormat Bapak Ag. Dicky Prastomo. S,IP. M.A. selaku dosen koordinator pelaksanaan Proyek Akhir DKV Periode 16.
3. Yang Terhormat Bapak Ign. Dono Sayoso, M.SR.selaku Dosen Pembimbing Proyek Akhir.
4. Yang Terhormat Bapak Bayu Widianoro ST, MSn, selaku dosen wali.
5. Terakhir ucapan terima kasih kepada teman-teman saya di Unika dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan ide, membantu saya dalam kesusahan selama proses pengerjaan Proyek Akhir DKV Periode 16 ini.

Sebagaimana layaknya manusia tidak luput dari kesalahan, diharapkan pembaca dapat memberikan kritik dan juga saran agar laporan ini dapat bermanfaat bagi kalangan mahasiswa dan mahasiswi demi dapat mengingatkan pengiklanan jajanan tradisional khas Banjarnegara yaitu Klotak supaya dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

Semarang, 22 Juli 2020



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan dan Manfaat	2
1.4. Metodologi Perancangan	2
1.4.1 <i>User research</i>	2
1.4.2 <i>Insight</i>	3
1.4.3 <i>Background Research</i>	3
1.4.4 <i>Initial Concept</i>	4
1.4.5 <i>Skema Perancangan</i>	4
1.5. Tinjauan Pustaka	5
BAB II	7
LANDASAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Media Visual	7
2.1.2 Pengertian Media	7
2.1.3 Pengertian Promosi	8
2.1.4 Pengertian Tipografi	8
2.1.5 Pengertian Video	9
2.1.6 Video Sinematik	9
2.1.7 Perilaku Konsumen Remaja	9
BAB III	11

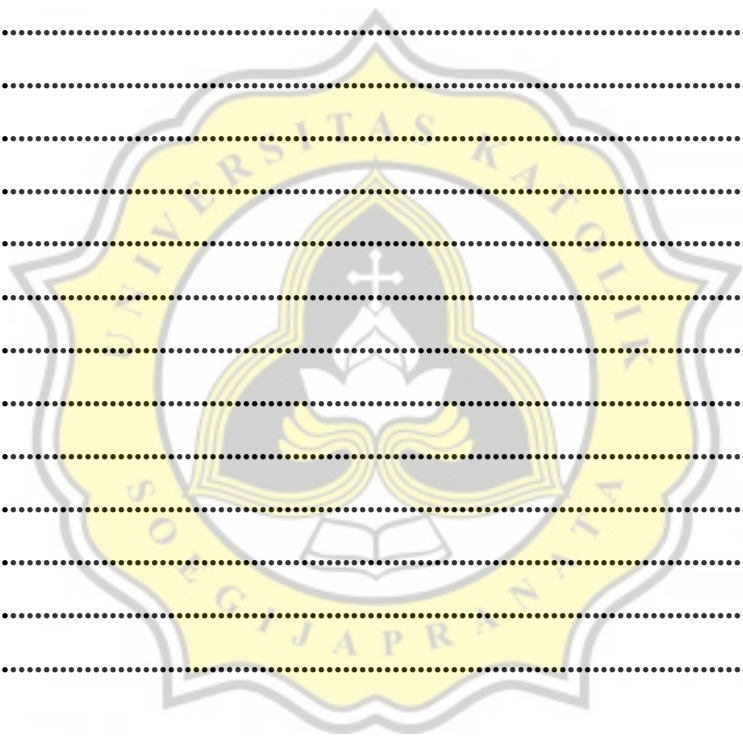
STRATEGI KOMUNIKASI	11
3.1 Sasaran Khalayak	11
3.1.1 Geografis.....	11
3.1.2 Demografis.....	11
3.1.3 Psikografi.....	11
3.2 Analisis Data	11
3.2.1 Data Hasil Penelitian	11
3.3 Strategi Komunikasi	14
3.3.1 Tema Perancangan.....	14
3.3.2 Jenis Video.....	14
3.3.3 Unique Selling Point	15
3.4 Strategi Media	15
3.4.1 Media Utama	15
3.4.2 Media Pendukung.....	15
3.5 Budgeting	15
BAB IV	17
STRATEGI KREATIF	17
4.1 Konsep Perancangan	17
4.2 Konsep Verbal	17
4.3 Konsep Visual	17
4.3.1 Konsep Logo	17
4.3.2 Konsep Warna Logo.....	18
4.3.3 Tipografi	18
4.3.4 Konsep Video.....	18
4.4 Visualisasi Desain	20
4.4.1 Kemasan	20
4.5 Media Sosial dan Iklan	20
4.5.1 <i>Instagram</i>	20
4.5.2 <i>Facebook</i>	21
4.5.3 <i>Twitter</i>	21
4.5.4 <i>Youtube</i>	22
4.6 Merchandise	22
4.6.1 Kalender	22

4.6.2	Pin	23
4.6.3	Poster Digital	23
4.6.4	Mangkuk	24
4.6.5	Kotak Makanan	24
BAB V		25
KESIMPULAN		25
5.1	Kesimpulan	25
5.2	Saran	25
DAFTAR PUSTAKA		26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	11
Gambar 3.2.....	11
Gambar 3.3.....	12
Gambar 3.4.....	12
Gambar 3.5.....	12
Gambar 3.6.....	13
Gambar 4.1.....	16
Gambar 4.2.....	17
Gambar 4.3.....	17
Gambar 4.4.....	19
Gambar 4.5.....	19
Gambar 4.6.....	19
Gambar 4.7	20
Gambar 4.8.....	20
Gambar 4.9.....	21
Gambar 4.10.....	21
Gambar 4.11.....	22
Gambar 4.12.....	22
Gambar 4.13.....	23
Gambar 4.14.....	23



ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu, makanan khas daerah mulai kurang diminati oleh anak muda. Ada berbagai faktor penyebab kurang diminatinya makanan khas suatu daerah seperti kurangnya media iklan. Begitu juga makanan khas Banjarnegara yaitu klotak yang kurang diminati karena banyak orang yang kurang mengetahui produk ini dan tidak adanya media iklan yang mengiklankan produk ini. Dengan ini penulis membuat penelitian tentang seberapa mengenalkah orang-orang di Banjarnegara tentang makanan ringan ini dengan menggunakan kuesioner. Setelah itu penulis menganalisa data dan mendapatkan kurangnya media iklan untuk produk ini. Dari pembuatan media iklan ini diharapkan produk ini dapat dikenal kembali oleh berbagai kalangan.

Kata kunci: Klotak, Banjarnegara, Media Promosi

ABSTRACT

As time goes by, traditional foods began to be less interesting among young people. There are many cause factors that making less interested, for example less advertisement media. Banjarnegara traditional food named Klotak that less interest because many people does not know and no media that advertise this food. Based on this problem, author make questioner about how well they know about this product. Then authors analyze data and found that less advertisement media for this product. After making a media for advertise, to be expected so many people that knowing about this product.

Keywords: Klotak, Banjarnegara, Advertisement Media