

LAPORAN AKHIR
TUGAS AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI NASI GLEWO MAKANAN LEGENDARIS SEMARANG
PERIODE XIV

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI NASI GLEWO
MAKANAN LEGENDARIS SEMARANG



Dikerjakan oleh

BERLIANA LISA A.

15.L1.0045

Pembimbing :

MAYA PUTRI UTAMI S.SN., M.SN

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2019

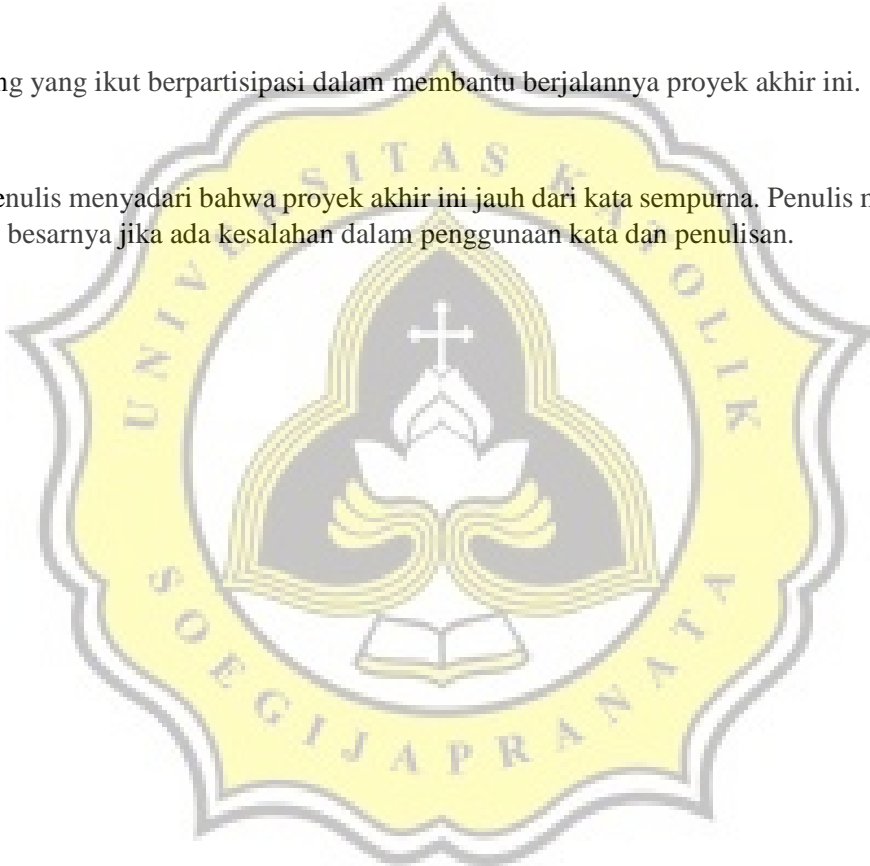
PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat serta penyertaannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan Proyek Akhir dengan judul “Perancangan Media Promosi Nasi Glewo Makanan Legendaris Semarang”.

Penulis menyadari bahwa proyek akhir ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dari pihak yang ikut membantu. Maka penulis berterimakasih pada:

1. Maya Putri Utami, S.Sn, M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dari awal hingga akhir.
2. Semua orang yang ikut berpartisipasi dalam membantu berjalannya proyek akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proyek akhir ini jauh dari kata sempurna. Penulis memohon maaf yang sebesar- besarnya jika ada kesalahan dalam penggunaan kata dan penulisan.



Semarang,

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Berliana Lisa A.

Nim:15.L1.0045

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI NASI GLEWO MAKANAN LEGENDARIS SEMARANG

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan lainnya, saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, Juli 2019



Berliana Lisa A.

15.L1.0045

PENGESAHAN

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI NASI GLEWO MAKANAN LEGENDARIS SEMARANG

Nama : Berliana Lisa Ariyanto

NIM : 15.L1.0045

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain


Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Semarang, Juli 2019


Menyetujui,

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir
Desain Komunikasi Visual


Ag. Dicky Prastomo, S.IP., M.A.

NPP 058.1.2013.283


Ir. Iqn. Dono Sayoso, M.SR.

NIDN 0608075601

Dekan

Fakultas Arsitektur dan Desain



Dra. Tyas Susanti, MA., Ph.D.

NIDN 0626076501

PENGESAHAN

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI NASI GLEWO MAKANAN LEGENDARIS SEMARANG

Nama : Berliana Lisa Ariyanto

NIM : 15.L1.0045

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

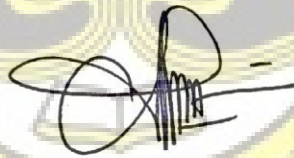
Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Semarang, Juli 2019

Menyetujui,

Pembimbing



Maya Putri Utami, S.Sn., M.Sn

NPP 5812010278

Penguji I



Bayu Widiatoro ST., M.Sn

NPP 5812010278

Penguji II



Peter Ardhianto, S.Sn., M.Sn

NPP 5812015295

ABSTRAK

Kuliner nasi glewo adalah salah satu hal yang perlu dilestarikan agar tidak hilang dan dapat dinikmati oleh semua kalangan khususnya kaum muda yang gemar akan kuliner. Banyak orang tidak tahu bahwa warga asli Semarang tidak tahu bahwa nasi glewo adalah makanan jaman dulu sejak tahun 1930 dan kemudian diangkat kembali pada tahun 2017. Nasi glewo adalah kuliner dengan kuah khas rempah dengan bumbu areh, berbahan baku koyor atau otot sapi dan juga potongan daging sapi dengan rasanya yang gurih sedikit pedas ditambah dengan emping blinjo sebagai pelengkap. Jumlah pedagang nasi glewo pun sedikit dan tidak banyak di temui. Kurangnya literatur yang membahas tentang kuliner ini membuat namanya semakin surut.

Maka dari media promosi nasi glewo sangat diperlukan untuk mempopulerkan kembali kuliner jaman dulu ini yang sudah tidak banyak dikenal masyarakat karena seiring berkembangnya jaman. Melihat dengan kurangnya literatur yang membahas informasi mengenai kuliner ini maka media promosi sangat tepat untuk membuka wawasan masyarakat mengenai kuliner ini. Sebab kuliner ini jika tidak dilestarikan serta informasinya disebarluaskan lambat laun akan benar – benar hilang dan tidak dikenal masyarakat. Padahal kuliner ini adalah kuliner keluarga di Semarang yang mulai diujakan kembali hingga saat ini.

ABSTRACT

Glewo rice is one of the things that needs to be preserved so that it is not lost and can be enjoyed by all people, especially young people who like culinary. Many people do not know that Semarang native people do not know that glewo rice is a food of old since 1930 and was later reappointed in 2017. Glewo rice is a culinary specialty with areh spices, made from raw koyor or beef muscle and also cuts of meat cows with a slightly spicy savory taste coupled with blinjo chips as a complement. The number of traders of glewo rice was few and not many were met. The lack of literature that discusses the kuliner makes his name recede.

So from the promotion media of glewo rice, it is very necessary to popularize this old-time culinary that has not been widely known by the public because as time goes on. Seeing the lack of literature that discusses information about culinary media, the promotion media is very appropriate to open up people's insight into this culinary experience. Because this culinary if not preserved and the information disseminated widely will eventually be truly lost and unknown to the public. Even though this culinary is a family culinary in Semarang which began peddling back to the present.

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	2
I.3 Tujuan	2
I.4 Manfaat	2
I.5 Metodologi Perancangan	3
1.5.1 User Research	3
a. Data Primer	3
b. Data Sekunder	5
1.5.2 Insight	5
1.5.3 Background Research	5
1.5.4 Intial (Concept)	6
I.6 Skema Perancangan	7
I.7 Tinjauan Pustaka	8
1. Ragam Rempah dalam Cita Rasa Masakan Nusantara	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
II.1 Media Promosi	9
II.2 Brand Positioning	9
II.3 5W + 1H	9
II.4 ATL, BTL, TTL	9
1. ATL atau Above The Line	9
2. BLT atau Below The Line	10
3. TTL atau Through The Line	10
II.5 Teori Fotografi	10
2.5.1 Pencahayaan dalam fotografi	10
1. Front Light	10
2. Oval Light	10
3. Side Light	10
4. Rim Light	10
5. Back Light,	10
II.6 Kuliner Nasi Glewo	12
II.7 Media Promosi	12

1. Media cetak	12
2. Media elektronik	12
3. Iklan outdoor	12
II. 8 Digital book atau E-book.....	13
2.8.1 Pengertian Digital Book.....	13
2.8.2 Fungsi Digital Book.....	13
2.8.2 Tujuan Digital Book.....	13
BAB III	14
STRATEGI KOMUNIKASI.....	14
III.1 Analisa Masalah	14
1. Data Primer	14
2. Data Sekunder	16
III.2 Khalayak Sasaran	16
III.4 Strategi Penyampaian Pesan	17
3.4.1 <i>Positioning USP</i>	17
3.4.2 <i>Tone and Manner</i>	17
3.4.3 Konsep Verbal.....	17
III.5 Strategi Media	19
3.5.1 Objektif Media	19
1.5.2 Pendekatan Media.....	19
BAB IV	20
STRATEGI VISUAL.....	20
IV.1 Konsep Verbal	20
4.1.1 Tema Media Promosi Nasi Glewo.....	20
4.1.2 Pemilihan Bahasa.....	20
4.1.3 Tone and Manner.....	20
4.1.4 Konsep Tipografi.....	20
IV.2 Konsep Visual	21
4.2.1 Konsep Logo	21
IV.3 Visualisasi Desain	23
4.3.1 Media Utama (E-book)	23
4.3.1.1 Layout E-book.....	23
4.3.1.2 Google Book.....	24
4.3.2 Media Pendukung	24
4.3.2.1 Poster InfografiS	24
4.3.2.2 Voucher Promo	25

4.3.2.3 Billboard	26
4.3.2.4 Share Link Melalui Sosial Media	26
4.3.2.5 Merchandise	27
BAB V	28
PENUTUP	28
V.1 Kesimpulan	28
V.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Usia target audiens

Gambar 1.2 Tempat tinggal dan menetap target audiens

Gambar 1.3 Domisili target audiens

Gambar 1.4 Target audiens pengguna media sosial

Gambar 1.5 Target audiens

Gambar 1.6 Skema Perancangan

Gambar 2.1 Pencahayaan dalam fotografi

Gambar 2.1 Contoh food

Gambar 3.1 Hasil data kuisisioner

Gambar 3.2 Hasil data kuisisioner kebiasaan audiens

Gambar 3.3 Hasil data kuisisioner mengenai pengetahuan nasi glewo

Gambar 3.2 Contoh visual food fotografi

Gambar 4.1 Logo ebook

Gambar 4.2 Konsep warna

Gambar 4.3 Layout ebook

Gambar 4.4 Google book

Gambar 4.5 Poster infografis

Gambar 4.6 Poster Voucher

Gambar 4.7 Billboard

Gambar 4.8 Share link melalui media social

Gambar 4.9 Merchandise

