

**PENGANTAR KARYA
TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN PROMOSI PANIC ARTWORK MELALUI MEDIA
KOMUNIKASI VISUAL**



Disusun Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Seni Rupa
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh :

Dwi Yanto Arisaputra

C0711009

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2017

LEMBAR PERSETUJUAN

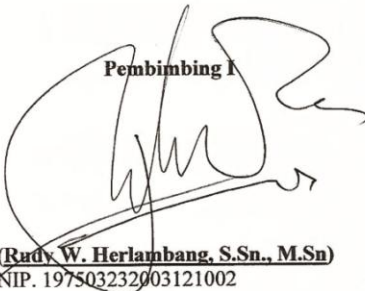
Tugas Akhir dengan Judul:

**PERANCANGAN PROMOSI PANIC ARTWORK MELALUI MEDIA
KOMUNIKASI VISUAL**

Telah disetujui untuk dipertahan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir (TA).
Pada tanggal 24 Juli 2017

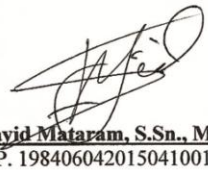
Menyetujui,

Pembimbing I



(Rudy W. Herlambang, S.Sn., M.Sn)
NIP. 197503232003121002

Pembimbing II



(Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn)
NIP. 198406042015041001

Koordinator Tugas Akhir (TA)



(Ercilia Rini Octavia, S.Sn., M.Sn)
NIP. 198010112008122001

PENGESAHAN

Konsep Karya Tugas Akhir dengan Judul:

PERANCANGAN PROMOSI PANIC ARTWORK MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Telah disahkan dan diterima oleh Panitia dalam sidang Tugas Akhir
Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain
Universitas Sebelas Maret
Pada tanggal 24 Juli 2017

Tim Penguji:

Ketua Sidang Tugas Akhir

Dr. Denv Tri Ardianto, S.Sn., M.A.
NIP. 197905212002121002

Sekretaris Sidang Tugas Akhir

Hermansyah Muttaqin, S.Sn., M.Sn.
NIP. 197111152006041001

Pembimbing I Tugas Akhir

Rudy W. Herlambang, S.Sn., M.Sn.
NIP. 197503232003121002

Pembimbing II Tugas Akhir

Savid Mataram, S.Sn., M.Sn.
NIP. 198406042015041001

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Seni Rupa dan Desain



Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D.
NIP. 196207081992031001

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual



Dr. Denv Tri Ardianto, S.Sn., M.A.
NIP. 197905212002121002

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Pengantar Karya Tugas Akhir yang berjudul “ PERANCANGAN PROMOSI PANIC ARTWORK MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL ”, beserta isinya dan seluruh karya desain yang penulis buat adalah benar-benar karya sendiri, dan penulis tidak melakukan penjiplakan baik seluruhnya maupun sebagian, dengan cara-cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik.

Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada penulis, apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap keaslian karya ini.

Surakarta, 24 Juli 2017

Penulis,



Dwi Yanto Arisaputra
NIM. C0711009

PERSEMBAHAN



Karya ini saya persembahkan untuk:

Keluarga tercinta, kekasih tersayang, dan sahabat yang telah mendukung.

MOTTO



Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah

- Lessing -

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, bimbingan, serta ridho hingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tugas Akhir ini meskipun dengan berbagai hambatan yang ada. Dengan bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, maka penulisan Konsep Karya Tugas Akhir dengan judul PERANCANGAN PROMOSI PANIC ARTWORK MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Drs. Ahmad Adib, M.Hum., Ph.D selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Deny Tri Ardianto, S.Sn., Dipl. Art selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.
3. Rudy W. Herlambang, S.Sn., M.Sn selaku pembimbing I yang telah memberikan pengarahan serta kritik yang membangun.
4. Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, masukan, dan saran yang bermanfaat dalam Karya Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta, khususnya S1 Desain Komunikasi Visual.
6. Rijal Nasyirul Haq selaku pemilik Panic Artwork.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Konsep Karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan penulis berharap semoga apa yang telah penulis susun ini dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi pembaca.

Surakarta, 20 Juli 2017

Penulis

Perancangan Promosi Panic Artwork Melalui Media Komunikasi Visual

Dwi Yanto Arisaputra¹

Rudy W. Herlambang, S.Sn., M.Sn.²

Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn.³

ABSTRAKSI

Dwi Yanto Arisaputra, 2017. Pengantar karya Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan Promosi Panic Artwork melalui Media Komunikasi Visual”. Adapun permasalahan yang dikaji adalah (1) Bagaimana merancang strategi promosi Panic Artwork agar dapat dikenal masyarakat di Kota Solo? dan (2) Bagaimana memilih elemen media promosi yang tepat, efektif, dan komunikatif untuk memperkenalkan Panic Artwork? Tujuan utama dari perancangan ini adalah merancang strategi promosi Panic Artwork agar mampu menarik perhatian masyarakat mengenai keberadaan Panic Artwork maupun jasa-jasa yang ditawarkan melalui media komunikasi visual. Panic Artwork adalah studio foto yang berada di Solo Baru yang berdiri sejak tahun 2014. Panic Artwork menyediakan sarana jasa fotografi antara lain *wedding photography*, *prewedding photography*, dan studio foto. Untuk mempromosikan jasanya tersebut, Panic Artwork menggunakan media promosi hanya berupa instagram. Namun Instagram dirasa kurang untuk mempromosikan Panic Artwork. Oleh karena itu, dengan adanya penambahan perancangan promosi ini, diharapkan dapat menambah eksistensi Panic Artwork.

¹ Mahasiswa Prodi S1 Desain Komunikasi Visual FSRD UNS

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II

DESIGNING PANIC ARTWORK PROMOTION THROUGH VISUAL COMMUNICATION MEDIA

Dwi Yanto Arisaputra⁴

Rudy W. Herlambang, S.Sn., M.Sn.⁵

Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn.⁶

ABSTRACT

Dwi Yanto Arisaputra, 2017. An Introduction to Final Project entitled “Designing Panic Artwork’s Promotion through Visual Communication Media”. The problems studied are (1) how to design Panic Artwork’s promotion strategy in order to be known by the public in Solo City? and how to select the appropriate, effective, and communicative element of promotion media to introduce Panic Artwork? The main objective of research was to design Panic Artwork’s promotion strategy in order to attract the public’s attention about the existence of Panic Artwork and the services offered through visual communication media. Panic Artwork is a photograph studio located in Solo Baru and has been established since 2014. Panic Artwork provides photography services including wedding photography, prewedding photography, and photograph studio. To promote the services, Panic Artwork used Instagram only as promotion media. However, instagram is considered as promoting Panic Artwork inadequately. Therefore, this addition of promotion design is expected to increase the existence of Panic Artwork.

⁴ *Student of Visual Communication Design Graduate Study Program of Fine Art and Design Faculty of UNS*

⁵ *First Consultant*

⁶ *Second Consultant*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Perancangan.....	2
D. Manfaat Perancangan.....	2
E. Metode Penelitian.....	3
1. Teknik Pengumpulan Data.....	3
2. Teknik Analisis Data.....	4
3. Kerangka Pikir dan Sumber Data.....	6
4. Analisa Data.....	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. Perancangan	10
B. Promosi	11
1. Pengertian Promosi	11
2. Iklan Bagian dari Promosi.....	12
3. Strategi Promosi.....	19
4. AISAS	20
C. Komunikasi Visual.....	22

1. Komunikasi	22
2. Visual	25
3. Komunikasi Visual.....	27
4. Strategi Komunikasi Visual	28
BAB III IDENTIFIKASI DATA	32
A. Panic Artwork	32
1. Latar Belakang	32
2. Identitas Perusahaan.....	33
B. Sistem Kerja	33
1. Struktur Organisasi	33
2. Harga dan Paket yang Ditawarkan.....	34
C. Jasa Yang Ditawarkan.....	38
1. <i>Prewedding Indoor dan Outdoor</i>	38
2. Foto <i>Wedding</i>	39
3. Foto <i>Graduation</i>	40
D. Target Audience	41
1. Geografis	41
2. Demografis	41
3. Psikologis	41
E. Kompetitor	41
1. <i>FRYD Home Studio</i>	42
2. <i>Outlook Photography</i>	45
F. Analisa SWOT	48
1. <i>Strength</i> (Kekuatan)	49
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	49
3. <i>Opportunities</i> (Kesempatan)	49
4. <i>Threats</i> (Ancaman)	50
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	53
A. Metode Perancangan	53
B. Konsep Kreatif	54
1. Pendekatan USP (<i>Unique Selling Proposition</i>)	54
2. <i>Positioning</i>	55

3. AISAS	56
C. Konsep Karya	57
1. Strategi Visual Verbal	57
2. Strategi Visual Non Verbal	58
D. Pemilihan Media	63
1. Media Lini Atas	63
2. Media Lini Bawah	64
E. Prediksi Biaya	66
BAB V VISUALISASI KARYA	68
A. Media Utama	68
1. <i>Website</i>	68
B. Media Pendukung	69
1. <i>Poster</i>	69
2. <i>X-Banner</i>	70
3. <i>Folder</i>	71
4. <i>Flyer</i>	73
5. <i>Uniform</i>	74
6. <i>Traffic Ad</i>	75
7. <i>Stationery</i>	76
8. <i>Merchandise</i>	81
BAB VI PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Foto <i>Prewedding Indoor</i> Aji dan Andry	39
Gambar 2 Foto <i>Prewedding Outdoor</i> Via dan Rodri	39
Gambar 3 Foto <i>Wedding</i> Kartika dan Galih.....	40
Gambar 4 Foto <i>Graduation</i>	40
Gambar 5 Harga Paket FRYD.....	42
Gambar 6 Harga Paket FRYD.....	43
Gambar 7 Foto <i>Prewedding</i>	43
Gambar 8 Foto <i>Wedding</i>	44
Gambar 9 Foto Wisuda	44
Gambar 10 Harga Paket <i>Prewedding</i>	45
Gambar 11 Harga Paket <i>Wedding</i>	46
Gambar 12 Harga Paket <i>Graduation</i> dan <i>Family</i>	46
Gambar 13 Foto <i>Prewedding</i> Anik dan Bowo.....	47
Gambar 14 Foto <i>Wedding</i> Stella dan Ivan	47
Gambar 15 Foto Wisuda	48
Gambar 16 Logo Panic Artwork	59

DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Bagan 1.1. Model Analisis Interaktif	5
Bagan 1.2. Kerangka Pikir Promosi Panic Artwork	6
Tabel SWOT	50
Tabel Prediksi Biaya	67

