

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur bagi Tuhan Ynag Maha Esa yang telah memberikan Anugerah-Nya sehingga pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan. Dalam pengantar karya tugas akhir ini penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna.

Pengantar tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, masukan, bantuan, dan dukungan dari beberapa pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala pertolongan-Nya
2. Alm Mama, Lidya Ningsih yang terus memotivasi di dalam diri untuk terus berusaha mewujudkan impiannya.
3. Kedua orang tua saya Bapak Mahyudin ST dan Ibu Lia Apriani yang senantiasa selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa yang tidak pernah putus.
4. Kepada Dosen pembimbing yang selalu menuntun dan meluangkan waktunya serta memberikan saran dan masukan yang amat sangat membantu dalam kelancara tugas akhir ini yaitu Bapak Gandara Permana S.Sn.
5. Dosen-dosen penguji, Ibu Ira Wirasari S.Sos, M.Ds , Ibu Siti Deshinta S.Sn, M.Sn, Bapak Ilhamsyah S.Sn M.Ds atas masukan dan motivasinya untuk perbaikan dalam perancangan karya dan penulisan.
6. Rahadian yang selalu memberi motivasi dan dukungan dalam pengerjaan karya tugas akhir ini.
7. Saudara – saudara di rumah Nenek, Bibi, adik –adik Anggi, Risma, Tari, Teh Ida dan kedua adik kecil saya Avisa dan Zahra yang menghibur dan memotivasi dalam pengerjaan tugas akhir ini.

8. Serta angkatan 2010 khususnya DKV 2010 dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga segala sesuatu yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa

Bandung, 8 juli 2014

Penanggung Jawab Yuridis/ Penulis

Anisa Fitriana M

1401100013

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup	5
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Penulisan	5
1.7 Metode Penelitian	6
1.8 Kerangka Berfikir	7
1.9 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORITIS	
2.1 Promosi	9
2.1.1 Manajemen Promosi	10
2.1.2 Proses Perencanaan Promosi	11
2.1.3 Fungsi dan Tujuan	12
2.1.4 Teori Media Promosi	14
2.2 Pengertian Wisata	14
2.2.1 Komponen Wisata	15
2.3 Teori Transportasi	16
2.4 <i>Intergrated Marketing Communication</i> (IMC)	17
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual	17
2.5.1 Unsur – unsur Desain Komunikasi Visual	17
2.5.2 Teori Komunikasi Visual	21
BAB III DATA DAN ANALISIS	
3.1 Data	23
3.1.1 PT. KAI <i>Commuter Line</i> Jabodetabek	23
3.1.1.1 Visi dan Misi	23
3.1.1.2 Data Pengguna <i>Commuter Line</i>	23
3.1.2 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bogor	26
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	27
3.1.4 Data Proyek Sejenis	28
3.1.5 Data Hasil Observasi	30
3.1.6 Data Hasil Wawancara	30
3.2 Analisis	
3.2.1 Analisis Khalayak Sasaran	31
3.2.2 Analisis (SWOT)	32

3.2.3 Analisis Matriks SWOT	34
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep	
4.1.1 konsep Pesan	36
4.1.1.1 Pendekatan Bahasa	37
4.1.2 Konsep Kreatif	38
4.1.2.1 Konsep Komunikasi	39
4.1.2.2 Logo	42
4.1.3 Konsep Media	43
4.1.3.1 Strategi Media	43
4.1.3.2 Timeline Media	43
4.1.4 Pendekatan Visual	44
4.1.5 Hasil Perancangan	48
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Skema 1.1 Perancangan	7
Tabel 2.1 Kekuatan Warna.....	21
Tabel 3.1 Pengguna Commuter line berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 3.2 Pengguna Commuter line Berdasarkan Pendidikan.....	24
Tabel 3.3Pengguna Commuter line berdasarkan profesi	25
Tabel 3.4 Pengguna Commuter line berdasarkan kepemilikan kendaraan ..	25
Tabel 3.5 Pengguna Commuter line berdasarkan pendapatan.....	28
Tabel 3.6 SWOT Data Proyek Sejenis	29
Tabel 3.7 Analisis matriks SWOT	34
Tabel 4.1 Pendekatan Komunikasi melalui Media	40
Tabel 4.2 AISAS Media	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis	18
Gambar 2.2 Lingkaran Warna	20
Gambar 3.1 Print ad kereta wisata Ancol	29
Gambar 4.1 Rel Kereta	41
Gambar 4.2 Referensi Logo	41
Gambar 4.3 Referensi flat Design.....	45
Gambar 4.4 Font	46
Gambar 4.5 Referensi Warna	46
Gambar 4.6 Logo Promosi	48
Gambar 4.7 Aplikasi	49
Gambar 4.8 X- Banner	49
Gambar 4.9 Ambient Media	50
Gambar 4.10 Poster	51
Gambar 4.11 Billboard	51