

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan. Penulis sadar bahwa dalam pengantar karya tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna.

Pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, masukan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas segala kemudahan, berkat, dan pertolonganNya yang berlimpah setiap hari.
2. Kedua orang tua penulis Bapak Hotman Manullang, SH dan Adelina Hutapea, SH yang senantiasa memberikan kasih, dukungan, semangat baik moriil maupun finansial serta kepercayaan dan doa yang tak pernah henti.
3. Kakek penulis, Opung Midian Bismar Hutapea atas kasih dan dukungan baik moriil maupun finansial.
4. Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M. Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Telkom University
5. Kepada Dosen pembimbing, Bapak Iman Sumargono, S.Sn, M.Sn, yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dan masukan untuk kelancaran karya tugas akhir ini.
6. Dosen-dosen penguji, Bapak Sonson Nurusholih, S.Sn, Bapak Yayat Sudaryat., S.Sn., M.Sn, atas masukan, saran, dan motivasi untuk perbaikan penulisan dan perancangan karya Tugas Akhir ini.
7. Kepada teman-teman, khususnya Rischa Pramanix, Ghea Andarini, Vera Marisna, Annisa Aulia, dan Ria Risti yang saling membantu dalam penyelesaian karya tugas akhir ini.

8. Siti Badzlina Balqis, Anggilia Putri, dan Aisyah Alifianty atas bantuannya.
9. Teman-teman lain, angkatan 2010 DKV TCIS terutama ‘Barudak TA Ngabelesat’, IMAGI, dan C.E.K.A.S.
10. Mas Adi Widyanto dan mas Wawan dari pihak Rumah Makan Uji Nyali atas bantuannya.
11. Dan semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

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

Bandung, 27 Juni 2014
Penanggung jawab Yudiris/ Penulis

Grace Elisha Margareth
1401100049

ABSTRAK

Wisata kuliner saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup pada hampir seluruh lapisan masyarakat. Kota Bandung sendiri sudah dikenal sebagai salah satu pusat kuliner nusantara, hal ini dikarenakan Bandung memiliki sangat banyak tempat makan. Dengan banyaknya jumlah tempat makan di kota Bandung maka para pengusaha tempat makan ini bersaing untuk menarik perhatian konsumen sebanyak mungkin, dengan cara meningkatkan kualitas makanan dan minuman, meningkatkan kualitas pelayanan, dan juga menyediakan konsep yang unik dan beda dari yang lain. Rumah Makan Uji Nyali adalah salah satu tempat makan dengan konsep unik di kota Bandung. Rumah Makan Uji Nyali memakai tema mistis sebagai konsep pada rumah makannya. Selain menyediakan makanan dan minuman, hal yang paling unik dari Rumah Makan Uji Nyali adalah wahana uji nyali yang mereka sediakan. Melihat semakin banyaknya rumah makan dengan konsep unik yang bertebaran di kota Bandung, makan Rumah Makan Uji Nyali harus berusaha agar tidak kalah saing dengan rumah makan lainnya. Rumah Makan Uji Nyali sendiri masih kurang dari segi promosi, masih banyak orang yang tidak mengetahui apa dan dimana rumah makan ini. Maka diperlukan perancangan media promosi yang dapat memancing rasa penasaran target sasaran dengan pencarian data yang memakai metode kualitatif, yaitu observasi, wawancara, dan kuesioner sehingga dapat dirancang media promosi yang tepat.

Media yang dirancang untuk mempromosikan Rumah Makan Uji Nyali adalah video promosi dan video *teaser*. Melalui media promosi yang dirancang diharapkan dapat memperkenalkan dan menaikkan popularitas Rumah Makan Uji Nyali dan dapat memancing rasa penasaran target sasaran agar mereka tertarik untuk datang mengunjungi Rumah Makan Uji Nyali.

Keyword: Rumah Makan Uji Nyali, Promosi, Video Promosi.

ABSTRAK

Culinary tourism currently has become a part of lifestyle on almost all levels of society. Bandung itself is already known as one of the Indonesian culinary center, this is because Bandung have so many dining place. With a large number of dining place in the city of Bandung, the owner of these dining place compete to attract consumers attention as much as possible, by improving the quality of food and drink, improving the quality of service, and also provides a unique concept and different from the others. Rumah Makan Uji Nyali is one of the dining place with a unique concept in Bandung. Rumah Makan Uji Nyali using a mystical theme as a concept on the dining place. In addition to providing food and drink, the most unique things from Rumah Makan Uji Nyali is the place to test the guts that they provide. See the increasing number of a dining place with a unique concept that scattered in the city of Bandung, then Rumah Makan Uji Nyali should strive to not lose competitiveness with another dining place. Rumah Makan Uji Nyali itself is still lacking in terms of promotion, there are still many people who do not know what and where Rumah Makan Uji Nyali. Then it is necessary to design a promotional media that can provoke the curiosity of the target with a data search techniques using qualitative methods, namely observation, interview and a questionnaire so the proper promotional media can be designed.

The media that is designed to promote Rumah Makan Uji Nyali is promotional video and teaser video. Through the promotional media designed are expected to introduce and raise the popularity of Rumah Makan Uji Nyali and could provoke the curiosity of target so that they attracted to visit Rumah Makan Uji Nyali.

Keyword: Rumah Makan Uji Nyali, Promotion, Promotional Video.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Masalah Perancangan	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Ruang Lingkup	4
1.4. Tujuan Perancangan	5
1.5. Metode Pengumpulan Data	5
1.5.1. Metode Pengumpulan Data	5
1.5.2. Metode Analisis	6
1.6. Kerangka Perancangan	7
1.6. Pembabakan.....	8
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Jenis-Jenis Promosi.....	10
2.1.2 Tujuan Promosi.....	11
2.1.3 Media Promosi.....	11
2.2 Periklanan.....	13
2.3 <i>Viral Marketing</i>	14
2.5 Psikologi.....	14
2.5.1 Remaja Akhir	14
2.5.2 Dewasa Dini.....	14
2.6 Logo.....	15

2.6.1	Pengertian Logo	15
2.6.2	Kriteria Logo yang Baik	16
2.7	Media.....	17
2.8	Desain Komunikasi Visual.....	19
2.8.1	Fungsi Desain Komunikasi Visual	19
2.8.2	Unsur Desain Komunikasi Visual	19
2.8.3	Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual	25
BAB III. DATA DAN ANALISIS		
3.1	Data.....	30
3.1.1	Data Institusi Pemberi Proyek	30
3.1.2	Data Produk	31
3.1.2.1	Makanan	31
3.1.2.2	Wahana Uji Nyali	32
3.1.3	Data Khalayak Sasaran.....	37
3.1.4	Kompetitor.....	38
3.1.5	Data Hasil Observasi, Wawancara, Kuesioner	53
3.2	Analisis	56
3.2.1	Analisis Perbandingan dengan Kompetitor	56
3.2.2	Analisis SWOT.....	58
BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		
4.1	Konsep.....	61
4.1.1	Konsep Pesan.....	61
4.1.2	Konsep Kreatif.....	62
4.1.3	Konsep Media.....	65
4.1.4	Konsep Visual.....	67
4.2	Hasil Perancangan	76
4.2.1	Logo Rumah Makan Uji Nyali	76
4.2.2	Video Promosi	78
4.2.3	Video <i>Teaser</i>	79
4.2.4	<i>On-Premise Sign</i>	80
4.2.5	<i>Flyer</i>	80
4.2.6	<i>Wayfinding Signage</i>	81

4.2.7 <i>X-Banner</i>	81
4.2.8 <i>Pin</i>	82
4.2.9 <i>Sticker</i>	82
BAB V. PENUTUP	
5.1 <i>Kesimpulan</i>	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Suasana Rumah Makan	30
Gambar 3.2	Suasana Rumah Makan	31
Gambar 3.3	Susu Kunti	32
Gambar 3.4	Tampilan Menu Rumah Makan Uji Nyali.....	32
Gambar 3.5	Tampilan Menu Rumah Makan Uji Nyali.....	32
Gambar 3.6	Suasana di Luar Wahana Uji Nyali	34
Gambar 3.7	Suasana di Dalam Wahana Uji Nyali	34
Gambar 3.8	Sebelum memasuki Wahana Uji Nyali.....	34
Gambar 3.9	Papan Nama di Depan Rumah Makan Uji Nyali.....	35
Gambar 3.10	Suasana ketika membagikan brosur di event Braga Culinary	35
Gambar 3.11	Suasana ketika membagikan brosur di sekitaran jalan Laswi	36
Gambar 3.12	<i>Discount</i> di Rumah Makan Uji Nyali.....	36
Gambar 3.13	Akun Twitter Rumah Makan Uji Nyali.....	37
Gambar 3.14	Logo Zombie Café.....	38
Gambar 3.15	Tampak Depan Zombie Resto and Café.....	39
Gambar 3.16	Suasana di dalam Zombie Resto and Café	40
Gambar 3.17	Suasana di dalam Zombie Resto and Café	40
Gambar 3.18	Suasana di dalam Zombie Resto and Café	40
Gambar 3.19	Tampilan Buku Menu Zombie Café.....	41
Gambar 3.20	Salah satu makanan di Zombie Café	41
Gambar 3.21	Papan Nama di Depan Zombie Café	42

Gambar 3.22	<i>Live Music</i> di <i>Zombie Café</i>	42
Gambar 3.23	Facebook <i>Zombie Café</i>	43
Gambar 3.24	Akun Twitter <i>Zombie Café</i>	43
Gambar 3.25	Logo <i>Ramen Nyi Mistik</i>	44
Gambar 3.26	<i>Ramen Nyi Mistik</i>	45
Gambar 3.27	Suasana di dalam <i>Ramen Nyi Mistik</i>	45
Gambar 3.28	Suasana di luar <i>Ramen Nyi Mistik</i>	46
Gambar 3.29	Level Pedas <i>Nyi Mistik</i>	46
Gambar 3.30	Tampilan Buku Menu <i>Ramen Nyi Mistik</i>	46
Gambar 3.31	<i>Mie Erot</i>	47
Gambar 3.32	<i>Kolor Ijo</i>	47
Gambar 3.33	<i>Hantu Jeruk Purut</i>	47
Gambar 3.34	Papan Nama di Depan <i>Ramen Nyi Mistik</i>	48
Gambar 3.35	Kuis <i>Ramen Nyi Mistik</i>	48
Gambar 3.36	Kuis <i>Ramen Nyi Mistik</i>	49
Gambar 3.37	Banner <i>Nyi Mistik</i>	49
Gambar 3.38	Nonton Bareng Film Horror	50
Gambar 3.39	Poster <i>Ajak Teman</i>	50
Gambar 3.40	Promo Pelajar	51
Gambar 3.41	Event <i>Edulab</i>	51
Gambar 3.42	<i>Kamis Mistis</i>	51
Gambar 3.43	<i>Malming Mistik</i>	52

Gambar 3.44	Akun Twitter Ramen Nyi Mistik.....	52
Gambar 3.45	Akun Instagram Ramen Nyi Mistik	53
Gambar 4.1	Pocong	65
Gambar 4.2	Penggambaran Pocong yang Lebih Sederhana.....	65
Gambar 4.3	<i>Font</i> Horror Hotel.....	67
Gambar 4.4	<i>Font</i> Quicksand	68
Gambar 4.5	Skema Warna pada Logo Rumah Makan Uji Nyali.....	68
Gambar 4.6	Skema Warna pada Media Lain	68
Gambar 4.7	Studi Visual	74
Gambar 4.8	Studi Visual	75
Gambar 4.9	Sketsa Logo Rumah Makan Uji Nyali.....	76
Gambar 4.10	Sketsa Pilihan Logo Rumah Makan Uji Nyali	77
Gambar 4.11	Logo Rumah Makan Uji Nyali	77
Gambar 4.12	Penggunaan Warna pada Logo Rumah Makan Uji Nyali	77
Gambar 4.13	Video Promosi Rumah Makan Uji Nyali	78
Gambar 4.14	Video Promosi Rumah Makan Uji Nyali	79
Gambar 4.15	Video <i>Teaser</i> Rumah Makan Uji Nyali.....	79
Gambar 4.16	<i>On-Premise Sign</i>	80
Gambar 4.17	<i>Flyer</i>	80
Gambar 4.18	<i>Wayfinding Signage</i>	81
Gambar 4.19	<i>X-Banner</i>	81
Gambar 4.20	Pin.....	82

Gambar 4.21 *Sticker* 82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Hasil Kuesioner	55
Tabel 3.2	Tabel Hasil Kuesioner	55
Tabel 3.3	Tabel Hasil Kuesioner	55
Tabel 3.4	Tabel Hasil Kuesioner	55
Tabel 3.5	Tabel Hasil Kuesioner	56
Tabel 3.6	Tabel Analisis Kompetitor	58
Tabel 3.7	Matriks SWOT Rumah Makan Uji Nyali.....	60
Tabel 4.1	Pendekatan Kreatif Pada Media	64
Tabel 4.2	Fishbone	72

DAFTAR BAGAN

Tabel 1.1	Kerangka Perancangan	7
-----------	----------------------------	---