

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI AUDIO VISUAL
Tee box COMMUNITY CENTER
DALAM BENTUK *SHELF TV***

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:
DODDY SEPTIAN
49936/04

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KARYA AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI AUDIO VISUAL

Tee box COMMUNITY CENTER DALAM BENTUK *SHELF TV*

Nama : DODDY SEPTIAN
Nim/Bp : 49936/2004
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 6 Januari 2011

Disetujui untuk Ujian:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Drs. Syafwan, M. Si.
NIP. 19570101.198103.1.010

Dra.Zubaidah, M.Pd
NIP.19600906.198503.1.007

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan Seni Rupa
FBS UNP,

Dr. Ramalis Hakim, M. Pd
NIP. 19550712.198503.1.002

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Karya Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : **Perancangan Media Promosi Audio Visual
Tee box COMMUNITY CENTER dalam
bentuk *Shelf TV*.**

Nama : Doddy Septhian
Nim/Bp : 49936/2004
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 22 Januari 2011

Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Ketua	: Drs. Nasbahri Couto, M. Sn NIP. 19500520.197902.1.001	: 1.
2. Sekretaris	: Drs. Idran Wakidi NIP. 19540504.198010.2.002	: 2.
3. Anggota	: Drs. Yusron Wikarya, M.Pd NIP. 19640103.199103.1.005	: 3.

ABSTRAK

Doddy Septhian : Perancangan Media Promosi Audio Visual Tee box COMMUNITY CENTER Dalam Bentuk *Shelf TV*

Di kota Padang telah banyak ditemui tempat – tempat yang menyediakan sarana hiburan sebagai ajang untuk bersosialisasi, bertukar informasi maupun kepentingan bisnis. Salah satunya adalah Tee box COMMUNITY CENTER yang memiliki fasilitas – fasilitas yang lengkap, seperti *café and lounge*, karaoke, *billiard*, *music room*, dan *DJ school*. Maka dari itu Tee box CC harus meningkatkan citra dan *prestise* Tee box CC itu sendiri untuk menghadapi pesaing – pesaing bisnisnya, hal ini juga menjadikan suatu nilai positif bagi Tee box CC dalam menciptakan *branding*. Hal ini menimbulkan pertanyaan : “bagaimana promosi dari Tee box CC dalam mempromosikan Tee box CC dengan menggunakan berbagai macam bahan – bahan promosi yang komunikatif, efektif dan penampilan visual yang menarik” .

Penelitian objektif ini bertujuan untuk merancang promosi media audio visual dalam bentuk *Shelf TV* sebagai media utama dan media pendukungnya dalam bentuk *web layout*, *billboard*, *poster*, *booklet*, *flyer*, *leaflet*, *CD cover*, *CD label*, *sticker* dan baju kaos guna meningkatkan *brand awareness* Tee box CC dimata calon konsumen.

Metode perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data dan metode analisis data. Dalam metode pengumpulan data diperoleh dari wawancara langsung kepada nara sumber secara terstruktur dan tidak terstruktur, melakukan observasi langsung ke objek penelitian yaitu Tee box CC, dokumentasi menggunakan kamera *DSLR*. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisa *SWOT*.

Hasil analisis data yang diperoleh adalah bahwa Tee box CC memiliki kelebihan dibanding kompetitor – kompetitornya karena Tee box CC merupakan pusat komunitas dengan sarana dan fasilitas terlengkap dan pelayanan terbaik di Sumatera Barat khususnya di kota Padang. Kelebihan tersebut dijadikan penulis sebagai penunjang dalam merancang media yang akan dipromosikan.

Berdasarkan penelitian objektif di atas dapat disimpulkan bahwa dalam proses meningkatkan *brand image* Tee box CC, *Shelf TV* adalah media utama yang sangat cocok digunakan untuk menciptakan atmosfir *outlet* secara keseluruhan yang akan menarik calon konsumen, sedangkan media-media lainnya dijadikan sebagai media penunjang efektifitas dari media utama. Saran kepada Tee box CC agar dapat lebih memperhatikan aspek promosi yang lebih efektif dan mampu meningkatkan *brand image* perusahaan dan mewujudkan

peran Tee box CC sebagai perusahaan jasa hiburan yang *modern*, *elegant* dan berkelas.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Balakang	1
B. Identifikasi masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Orisinalitas	6
F. Tujuan Perancangan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Praksis	8
1. Tee box COMMUNITY CENTER	8
2. Sarana dan Fasilitas	9
3. Struktur Manajemen Perusahaan	15
B. Kajian Teoritis	16
1. Desain Komunikasi Visual	16
2. Proses Komunikasi	17
3. Promosi.....	19
4. Jenis-jenis Media Promosi	22
a. Media Cetak	22
b. Audio Visual	29
5. <i>Shelf TV</i>	32
6. <i>Stop Motion</i>	32
C. Karya Yang Relevan.....	33

D.	Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PERANCANGAN		
A.	Metode Pengumpulan Data	36
B.	Metode Analisis Data	39
C.	Pendekatan Kreatif	41
1.	Tujuan Kreatif.....	42
2.	Strategi Kreatif	42
3.	Program kreatif	44
D.	Media Utama Dan Pendukung	46
E.	Jadwal Kerja.....	49
BAB IV PERANCANGAN VISUAL		
A.	Teori Media	50
1.	Konsep Visual	50
2.	Konsep Verbal	58
B.	Program Kreatif.....	58
1.	Pembahasan Media Utama	58
2.	Pembahasan Media Pendukung	62
C.	Lay Out.....	66
1.	Media Utama	67
2.	Media Pendukung.....	75
D.	Final Desain.....	105
1.	Media Utama	105
2.	Media Pendukung	107
BAB V PENUTUP		
A.	Simpulan.....	114
B.	Saran-saran	115
DAFTAR RUJUKAN		116
LAMPIRAN		117

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 <i>Booklet</i> Tee box CC	37
2 <i>Billboard</i> & Poster Tee box CC	37
3 <i>Flyer</i> Tee Box CC	38

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Psikologi Warna pada media promosi Tee box CC	55
2 Teknik warna CMYK pada media promosi Tee box CC	55
3 Teknik warna RGB pada media promosi Tee box CC	56

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirohim
Assalamu'alaikum wr.wb

Berkat limpahan rahmat Allah SWT yang maha kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan karya akhir yang berjudul " *Perancangan Media Promosi Audio Visual Tee box Community Center dalam bentuk Shelf TV*". Laporan karya akhir ini disajikan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi S1 program studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan laporan karya akhir ini penulis banyak mendapat bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Drs. Syafwan, M. Si sebagai pembimbing I dan Ibu Dra. Zubaidah, M. Pd sebagai pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan karya akhir ini.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ramalis Hakim, M.Pd dan Drs. Syafril selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Seni Rupa
2. Bapak Drs. Mediagus Selaku penasehat Akademik yang telah membimbing dan memberi nasehat di dalam permasalahan akademik.
3. Bapak dan Ibu staff pengajar Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang
4. Kedua Orang Tua yang sangat penulis cintai, Kakak dan Adik yang telah memberikan Do'a nya yang tulus, kasih sayang, dukungan, dan semangat yang selalu menyertai setiap langkah penulis.
5. Dina Novita Handayani, untuk cinta, kesabaran, Do'a, serta dukungannya.

6. Bapak Hengky Sutanto selaku Owner, Ibu Zurni selaku *HRD*, Bapak Owin selaku *Sales Marketing* dan seluruh teman-teman staff di Tee box COMMUNITY CENTER.
7. Teman-teman DKV 04 yang senasib dan sepejuangan , DKV 05, 06, 07, 08, 09 dan 10 yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu.
8. Teman-teman komunitas Luarkelas *design studio*.
9. Pihak-pihak terkait yang tak bisa dijabarkan satu persatu.

Penulis menyadari Laporan Karya Akhir ini masih banyak kekurangan dan masih belum sempurna. Untuk itu apabila ada kritik dan saran yang bersifat membangun, penulis terima dengan sangat senang hati. Atas kritikan dan saran yang diberikan penulis ucapkan terima kasih.

Padang, 8 Januari 2011

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi saat ini semua kalangan sangat membutuhkan satu wadah untuk melakukan sosialisasi baik sebagai sarana hiburan, tempat bertukar informasi maupun untuk kepentingan bisnis. Di kota Padang sendiri telah banyak ditemui tempat-tempat yang menyediakan sarana untuk masing-masing individu bersosialisasi. Salah satu alternatif sarana yang lazim digunakan sebagai wadah bersosialisasi adalah Pusat Komunitas (*Community Center*), seperti café atau semacamnya. Semenjak awal tahun 2000 di kota Padang telah banyak didirikan tempat-tempat bersosialisasi seperti *Cafe, Karaoke, Billiard, dan Music Room* yang menawarkan kenyamanan untuk wadah pertemuan antara satu individu dengan yang lainnya. Maksud dan tujuan keberadaan tempat hiburan ini adalah untuk memberikan hiburan alternatif kepada masyarakat.

Namun, dapat dilihat pada kenyataannya hanya beberapa saja yang dapat bertahan hingga beberapa tahun ke depan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pencitraan yang baik oleh pemilik usaha dan manajemennya. Pencitraan atau pembentukan karakter pusat komunitas tersebut harus dibuat dengan sedemikian rupa hingga menjadikan *branding* positif bagi pelanggan yang dapat menjadikan pelanggan lebih loyal dan membuat tempat tersebut dapat bertahan ditengah persaingan bisnis yang sangat ketat. Sebut saja *Hard Rock Cafe*, selama lebih dari 33 tahun, *Hard Rock*

Cafe telah hadir di seluruh dunia dan menjadi salah satu *icon* penting musik rock yang menawarkan *branding* yang positif sehingga pusat komunitas yang berkelas internasional tersebut dapat terus bertahan dengan total 122 *Cafe* di 41 negara, *Hard Rock Cafe* telah menjadi salah satu merk global yang paling terkenal di dunia. Berbagai artis Internasional sudah tampil di tempat ini, mulai dari *BB King, Jon Bon Jovi, Joan Jett, Def Leppard, Hottie & Blowfish, KC & The Sunshine Band*, dan sederet nama yang tidak bisa disebut satu persatu. Selain menjadi tempat favorit untuk acara-acara personal, *Hard Rock Cafe* Jakarta kerap di jadikan tempat untuk acara-acara *corporate* seperti *Press Conference, Press Gathering, Company gathering* dan tentunya sangat sering *launching product*. Selain komunitas tersebut juga banyak ditemui perusahaan yang berskala multi nasional dapat bertahan dengan *image* dan *branding* yang bagus serta lekat dihati masyarakat.

Tee box COMMUNITY CENTER (Tee box CC) adalah salah satu pilihan yang tepat sebagai wadah bersosialisasi di kota Padang baik untuk kalangan muda-mudi, hingga kalangan bisnis. Perusahaan yang bergerak dibidang *Entertainment* ini terletak di Jl. Diponegoro No.25 Padang. Didirikan oleh seorang pengusaha sukses bernama Bapak Hengky Sutanto, dan mulai beroperasi sejak tanggal 17 Desember 2009. Nama Tee box sendiri diambil karena kegemaran Bapak Hengky akan olahraga Golf. Selain untuk menyediakan wadah sosialisasi untuk semua kalangan di kota Padang, tujuan lain didirikannya Tee box CC adalah berdasarkan keinginan pemilik untuk mengembangkan pariwisata di kota Padang, agar para pendatang tertarik untuk selalu menyempatkan diri berkunjung ke kota Padang. Hal

itulah yang membuat Bapak Hengky Sutanto berusaha keras untuk mendirikan Tee box CC pada tahun 2009 di kota Padang. Seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat, Tee box CC didirikan dengan fasilitas-fasilitas seperti *Cafe and Lounge*, *Karaoke*, *Billiard*, *Music Room* dan *DJ School* untuk memanjakan pelanggan. Namun perlu direncanakan hal-hal yang penting untuk pencitraan tempat ini seperti promosi yang dilakukan sesuai dengan *company profile* dan segmentasi yang akan digarap sebagai pelanggan Tee box CC. Dengan melakukan promosi yang efektif sesuai dengan yang diharapkan pelanggan semakin mengenal tempat ini dan akan terus memilih Tee box CC sebagai sarana bersosialisasi

Kompetitor atau pesaing dari Tee box CC adalah Matchroom, Juliet, Happy Family, Fellas dan Grande. Adapun alasan tempat-tempat diatas dijadikan kompetitor Tee box CC karena sama-sama bergerak dibidang *entertainment*. Namun fasilitas-fasilitas yang mereka sediakan tidak selengkap di Tee box CC. Contoh nya saja Juliet, mereka hanya memiliki *Music Room* dan *Karaoke* saja, atau Matchroom, mereka juga hanya memiliki 3 *outlet* saja yaitu *Billiard*, *Karaoke* dan *Music Room*.

Dalam melakukan kegiatan promosi sebelumnya, Tee box CC melakukan promosi hanya sebatas penyebaran *booklet profile* usaha dalam bentuk visual yang sangat sederhana, kurang efektif, kurang komunikatif, dan kurang menarik karena hanya dikemas dengan print diatas kertas A4 dan belum dikemas layaknya seperti *booklet* yang dijilid secara rapi dan menarik. Penyampaian kepada *target audience* kurang relevan dengan bidang usaha karena selama ini penyebaran informasi dan promosi hanya

ditujukan sebatas kepada orang-orang perkantoran saja, yang mana seharusnya Tee box CC bisa lebih melebarkan target promosinya kepada kalangan muda-mudi perkotaan, karena kalangan muda-mudi perkotaan tersebut lebih suka dengan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosialisasi di tempat-tempat sarana hiburan seperti *Cafe and Lounge*, *billiard*, *karaoke* dan *music room*. Hal ini dianggap sebagai sebuah lambang *prestise* bagi kalangan muda-mudi perkotaan tersebut.

Selain itu, bentuk promosi Tee box CC selama ini hanya dilakukan dalam bentuk media cetak (*print ad*), seperti *billboard*, *leaflet*, *booklet profile*, media massa, dan *sticker*. Perlu adanya penggunaan media promosi dalam bentuk Audio Visual, karena penggunaan promosi dalam bentuk Audio Visual akan lebih terlihat modern, menarik dan dinamis, dimana penggunaan media promosi dalam bentuk Audio Visual ini belum digunakan oleh kompetitor-kompetitor di bidang usaha yang sama. Jadi, penggunaan media ini akan menjadi sesuatu hal yang baru bagi Tee box CC dan diharapkan akan meningkatkan citra dan *prestise* Teebox CC sendiri, serta meningkatkan daya tarik di mata pelanggan. Juga akan menjadi suatu nilai positif bagi Tee box CC dalam menciptakan *branding*.

Berdasarkan uraian di atas diperlukan adanya sebuah kegiatan promosi dari Tee box CC dalam berbagai macam bahan-bahan promosi yang komunikatif dan efektif dengan penampilan visual yang menarik bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Tee box CC di mata pelanggan. Adapun perancangan media promosi Tee box CC dengan tampilan visual dan audio visual ini dilakukan melalui suatu penelitian agar semua aspek yang dikaji dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Maka,

judul penelitian ini adalah “**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI AUDIO VISUAL Tee box COMMUNITY CENTER DALAM BENTUK SHELF TV**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Cara Promosi Tee box CC sebelumnya kurang efektif karena pemakaian bahan –bahan promosi kurang variatif.
2. Target audience belum tepat sasaran karena masih sebatas kepada kalangan perkantoran yang mana pada kenyataannya pelanggan dari Tee box CC adalah kebanyakan dari kalangan muda-mudi perkotaan.
3. Kurangnya pencitraan yang baik oleh pemilik usaha dan manajemennya, disebabkan dari aspek promosi yang kurang efisien dan terkesan sederhana.
4. Dalam meningkatkan *branding* perusahaan diperlukan penggunaan media promosi lain selain media cetak, seperti media promosi dalam bentuk audio visual. .

C. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka masalah dibatasi pada Perancangan Media Promosi Audio Visual Tee box COMMUNITY CENTER Dalam Bentuk *Shelf TV*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah adalah:

1. Bagaimanakah perancangan media promosi Audio Visual Tee box CC dalam bentuk *Shelf TV* sebagai media utama?
2. Bagaimanakah perancangan media promosi pendukung dari promosi Tee box CC dalam media *printed ad* seperti *Web Layout, Billboard, Poster, Booklet, Leaflet, Flyer, Sticker, CD Cover, CD Label*, dan Baju Kaos?

E. Orisinalitas

Penulisan tugas akhir ini adalah satu rancangan yang sangat orisinal, karena menyangkut masalah promosi yang selalu membutuhkan gagasan baru. Begitu juga dalam menggarap potensi bisnis dari pelanggan tempat hiburan diperlukan *brand image* yang positif dan *company profile* yang lekat dimata pelanggan. Kebanyakan penelitian membuat *company profile* hanya untuk pencitraan bagi perusahaan berskala besar / multi nasional. Namun penulis memandang perlu dibuat *profile* yang lebih jelas untuk satu bisnis tertentu agar bisnis tersebut berjalan lancar dan berkembang sesuai harapan dalam mencapai keuntungan yang optimal.

F. Tujuan Perancangan

1. Merancang media promosi Audio Visual Tee box CC dalam bentuk *Shelf TV* sebagai media utama.
2. Merancang media promosi pendukung dari promosi Tee box CC dalam media printed ad seperti *Web Layout, Billboard, Poster, Booklet, Leaflet, Flyer, Sticker, CD Cover, CD Label*, dan Baju Kaos.