

ABSTRAK

KOMBIKU adalah sebuah transportasi *online* buatan anak negeri Kota Padang Panjang yang memiliki beberapa fitur layanan yang dapat dinikmati oleh konsumen. Karena terbilang masih baru yang mana tahun perilisan layanan aplikasi ini adalah 2019, masyarakat Kota Padang Panjang sendiri kurang mengetahui dengan adanya layanan ini. Dengan begitu dirancanglah media promosi untuk meningkatkan *Brand Awareness* dari layanan aplikasi ini. Metode pengumpulan data dalam perancangan ini melalui observasi lapangan mengenai layanan ini, menyebarkan angket kepada masyarakat serta wawancara salah satu *driver* dari KOMBIKU. Hal ini ditujukan guna mendapati kebutuhan dalam perancangan. Setelah melakukan metode pengumpulan data hal berikutnya adalah melakukan metode analisis. Metode analisis yang dilakukan dalam perancangan ini adalah menggunakan *SWOT* yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, serta ancaman dari layanan aplikasi KOMBIKU ini, dan menggunakan *AIDA* untuk mengetahui nilai-nilai yang dapat menarik perhatian, dapat mendorong minat, membangkitkan keinginan, dan menghasilkan sebuah tindakan. Hasil dari pengambilan data dalam Perancangan Media Promosi Layanan Transportasi Online KOMBIKU ini yaitu untuk Usulan penciptaan yang menggunakan bauran media campuran (*mix medium approach*) yang berupa audio visual, redesain logo, *advertising ad*, stiker dan *t-shirt* yang dapat dikelompokkan kedalam bauran media dalam ruangan dan bauran media luar ruangan, sehingga mencapai pemaksimalan target audiens. Dengan adanya media promosi ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat umum terhadap layanan ini melalui garapan yang akan dirancang.

Kata kunci: KOMBIKU, Kota Padang Panjang, Media Promosi, Transportasi Online.

ABSTRACT

KOMBIKU is an online transportation made by the local people of Padang Panjang City which has several service features that can be enjoyed by consumers. Because it is relatively new, the year of release of this application service is 2019, the people of Padang Panjang City themselves are not aware of this service. Thus, promotional media are designed to increase Brand Awareness of this application service. The data collection method in this design is through field observations about this service, distributing questionnaires to the public and interviewing one of the drivers from KOMBIKU. This is intended to meet the needs in the design. After doing the data collection method, the next thing is to do the analysis method. The analysis method used in this design is to use SWOT, which is to find out the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of this KOMBIKU application service, and use AIDA to find out the values that can attract attention, can encourage interest, arouse desire, and produce a action. The results of data collection in the KOMBIKU Online Transportation Service Promotion Media Design are for the proposal of creation using a mixed medium approach in the form of audio visual, logo redesign, advertising ads, stickers and t-shirts which can be grouped into the media mix in indoor and outdoor media mix, so as to achieve maximization of the target audience. With this promotional media, it is hoped that it will increase public interest in this service through the claims that will be designed.

Keywords: KOMBIKU, Padang Panjang City, Promotional Media, Online Transportati.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING i

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI ii

HALAMAN PERSEMBAHAN iii

HALAMAN PERNYATAAN..... iv

HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH.....v

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL..... xii

DAFTAR BAGANxiii

DAFTAR GAMBAR xiv

PENDAHULUAN 1

 A.Latar Belakang 1

 B.Rumusan Masalah 4

 C.Tujuan dan Manfaat Penciptaan..... 4

 D.Tinjauan Karya..... 6

 E.Landasan Teori 9

 F.Metode Penciptaan 17

 1. Persiapan.17

 2. Perancangan.....20

 3. Perwujudan.....25

 4. Penyajian Karya.....28

KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN30

 A. Konsep Penciptaan30

 B. Proses Penciptaan37

HASIL DAN ANALISIS KARYA.....47

 A. Hasil Dan Analisis Karya.....47

PENUTUP59

A. Kesimpulan	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61



DAFTAR TABEL

Tabel 01 Story Line33

Tabel 02 Study Tipografi35



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Brainstorming.....32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 01 Tampilan Aplikasi Kombiku2

Gambar 02 Tampilan Aplikasi Kombiku3

Gambar 03 Tampilan Logo Apliksasi Kombiku3

Gambar 04 Aplikasi Gojek.....7

Gambar 05 Aplikasi Gojek.....7

Gambar 06 Aplikasi Maxim8

Gambar 07 Strategy Branding10

Gambar 08 Diagram Penggunaan Transpotasi Online19

Gambar 09 Diagram Alasan Pemilihan Transpotasi Online19

Gambar 10 Konsep Pameran29

Gambar 11 Sketsa Logo34

Gambar 12 Proses Pembuatan Aset Audio Visual38

Gambar 13 Pembuatan Video Motion Melalui After Effect39

Gambar 14 Logo Aplikasi KOMBIKU yang Digunakan.....40

Gambar 15 Sketsa Logo41

Gambar 16 Digitalisasi Alternatif Logo41

Gambar 17 Alternatif Logo Digital42

Gambar 18 Perancangan Final Logo KOMBIKU43

Gambar 19 Web Banner43

Gambar 20 Spanduk 7 x 0,9 M.....44

Gambar 21 Poster45

Gambar 22 X - Banner.....45

Gambar 23 Y – Banner (Spanduk 4 x 0,8 m)46

Gambar 24 Capture audio Visual49

Gambar 25 Screenshots Video Motion KOMBIKU49

Gambar 26 Logo KOMBIKU.....50

Gambar 27 Penerapan Logo Kombiku51

Gambar 28 Web Banner Aplikasi KOMBIKU52

Gambar 29 Penerapan Web Banner52

Gambar 30 Spanduk 7 x 0,9 M.....53

Gambar 31 Penerapan Spanduk 7 x 0,9 M54

Gambar 32 Poster KOMBIKU55

Gambar 33 Penerapan Poster KOMBIKU55

Gambar 34 X-Banner Media Promosi KOMBIKU.....56

Gambar 35 Penarapan X-banner KOMBIKU	57
Gambar 36 Spanduk 4 x 0,8	57
Gambar 37 Stiker Media Promosi	58

