

ABSTRAK

BOSSJEK adalah sebuah transportasi *online* buatan anak negeri Kota Padang yang memiliki beberapa fitur layanan yang dapat dinikmati oleh konsumen. Masyarakat Kota Padang 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 BOSSJEK. Hal ini ditujukan guna mendapatkan 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 BOSSJEK 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 BOSSJEK ini yaitu untuk Usulan penciptaan yang menggunakan bauran media campuran (*mix medium approach*) yang berupa audio visual, *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: BOSSJEK, Kota Padang, Media Promosi, Transportasi Online.

ABSTRAK

BOSSJEK is an online transportation made by the people of the city of Padang which has several service features that can be enjoyed by consumers. The people of Padang City themselves are not aware of this service. In this way, promotional media are designed to increase Brand Awareness of this application service. The data collection method in this design is through field observations regarding this service, distributing questionnaires to the public and interviewing one of the drivers from BOSSJEK. 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, namely to find out the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of this BOSSJEK application service, and use AIDA to find out values that can attract attention, can encourage interest, arouse desire, and produce a action. The results of data collection in the BOSSJEK Transportation Service Promotional Media Design are for Proposals that use a mixed media approach (mix medium approach) in the form of audio visual, advertising ads, stickers and t-shirts which can be grouped into indoor media mix and media mix outdoors, thus achieving maximization of the target audience. With this promotional media, it is hoped that it can increase the general public's interest in this service through the work that will be designed.

Keywords: BOSSJEK, City of Padang, Media Promotion, Online Transportation.



DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRACT	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan	5
D. Tinjauan Karya	6
E. Landasan Teori	9
F. Metode Penciptaan	35
1. Persiapan	35

2. Perwujudan	44
3. Penyajian Karya	45
BAB II KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN.....	47
A. Konsep Penciptaan.....	47
B. Proses Penciptaan.....	48
BAB III HASIL DAN ANALISIS KARYA	58
A. Hasil Dan Analisis Karya	58
BAB IV PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
DAFTAR PUSTAKA	71

