PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PT. SALAM PACIFIC INDONESIA LINES BERBASIS BUDAYA GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

Disusun oleh :

Muhamad Arif

12420100082

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2016

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PT. SALAM PACIFIC INDONESIA LINES BERBASIS BUDAYA GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program
Sarjana Desain Komunikasi Visual

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Disusun Oleh :

Nama : MUHAMAD ARIF
NIM : 12420100082
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2016

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PT. SALAM PACIFIC INDONESIA LINES BERBASIS BUDAYA GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Dipersiapkan dan disusun oleh

Muhamad Arif
NIM : 12.42010.0082

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada : 19 Agustus 2016

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing

I. Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS _____

II. Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom., ACA _____

Pembahas

I. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. _____

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana

Dr. Jusak
Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama	: Muhamad Arif
NIM	: 12420100082
Program Studi	: S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya	: Tugas Akhir
Judul Karya	: **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PT. SALAM PACIFIC INDONESIA LINES BERBASIS BUDAYA GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right)* atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data *(database)* untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.

3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Agustus 2016

Muhamad Arif
NIM : 12420100082

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

LEMBAR MOTTO

"Dari mencoba kita mulai belajar"

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

LEMBAR PERSEMBAHAN

"Kupersembahkan kepada kedua orang tua tercinta,

keluarga, teman-teman seperjuangan.."

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

ABSTRAK

PT. Salam Pacific Indonesia Lines merupakan perusahaan pelayaran lahir sejak 46 tahun yang lalu. Sejak perusahaan tersebut berdidiri, belum memiliki media komunikasi visual yang memandai untuk mendukung promosi atau mengenalkan perusahaan kepada masyarakat. Salah satu kegiatan promosi untuk mengenalkan perusahaan kepada masyarakat selama ini adalah dengan keikut sertaan ajang promosi di *event Job Fair*. Sehingga diperlukannya media komunikasi secara visual melalui media promosi. Adapun tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah merancang media komunikasi visual PT. Salam Pacific Indonesia Lines berbasis budaya guna meningkatkan *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara, observasi. dokumentasi. dan studi pustaka untuk mendapatkan data yang digunakan sebagai pendukung pembuatan konsep perancangan komunikasi visual. Dari analisis data pada perancangan komunikasi visual ini ditemukan keyword "*Progressive"*. Serta pada perancangannya menekan menggunakan konsep budaya yang mengacu kearah yang lebih maju.

Kata kunci : Perancangan, Komunikasi Visual, SPIL, *Progressive, Brand Awareness*

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan komunikasi visual PT. Salam Pacific Indonesia Lines berbasis budaya guna meningkatkan *brand awareness.*

Laporan ini merupakan bukti tanggung jawab peneliti terhadap lembaga karena telah melaksanakan kegiatan perkuliahan di Insitut Bisnis dan Informatika STIKOM Suarabaya. Dalam penyusunannya laporan ini tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta peneliti yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil serta doanya sehingga peneliti dapat menempuh studi dengan sebaik mungkin.
2. Yang terhormat Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd, selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya yang memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan S1 Desain Komunikasi Visual di Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
3. Yang terhormat Ir. Hardman Budiardjo, M.Med.Kom., MOS. selaku pembimbing I yang telah membimbing peneliti serta memberikan saran dalam penulisan laporan Tugas Akhir peneliti.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4. Yang terhormat Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom., ACA selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan saran dalam pengerjaan karya Tugas Akhir peneliti.
5. Para dosen S1 Desain Komunikasi Visual Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya yang telah membimbing peneliti selama menempuh studi di Insitut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
6. Keluarga besar S1 Desain Komunikasi Visual, sahabat-sahabat, serta orang terkasih yang telah turut mendukung peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini jauh dari sempurna, baik secara tertulis maupun teknisnya. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan Tugas Akhir ini.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Surabaya, 19 Agustus 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR MOTO v

LEMBAR PERSEMBAHAN vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Batasan Masalah 4

1.4 Tujuan 4

1.5 Manfaat Perancangan 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6

2.1 Penelitian Terdahulu 6

2.2 Desain Komunikasi Visual 7

2.3 Warna 8

2.4 Tipografi 14

2.5 Layout 16

2.6 Profil Perusahaan 20

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

2.7 Media Promosi 22

2.8 Jenis-Jenis Media Promosi 23

2.8.1 *About The line* 23

2.8.2 *Below The line* 25

2.8.3 *Ambient/Alternatif Media* 28

2.9 *Brand* 28

2.10 *Brand Awarenes* 30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 32

3.1 Metodologin Penelitian 32

3.2 Tempat Penelitian 33

3.3 Teknik Pengumpulan Data 33

3.3 Teknik Analisa Data 35

BAB IV PERANCANGAN DAN KONSEP 38

4.1 Hasil dan Analisa Data 38

4.2 Segmentasi, Targeting dan Positioning 40

4.3 Studi Kompetitor 41

4.4 *Unique Selling Proposition* 45

4.5 *Keyword* 45

4.6 Deskripsi Perancangan 47

4.7 Konsep Perancangan 48

4.8 Perencanaan Kreatif 49

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.8.1 Tujuan Kreatif 49

4.8.2 Strategi Kreatif 49

4.9 Perencanaan Media 51

4.9.1 Tujuan Media 53

4.9.2 Strategi Media 54

4.10 Implementasi Karya..... 60

BAB V PENUTUP 68

5.1 Kesimpulan 68

5.2 Saran 69

DAFTAR PUSTAKA 70

BIODATA PENELITI 71

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Perancangan Komunikasi Visual Perumahan Villa Esperanza 7

Gambar 2.2 Studi Warna 14

Gambar 2.3.1 Contoh Iklan Media Cetak Majalah 25

Gambar 2.3.2 Contoh Brosur IKEA 27

Gambar 2.3.3 Contoh Iklan *Ambient Media* 28

Gambar 2.4 Piramida Awareness 31

Gambar 3.1 Skema Model Analisis Interaktif 35

Gambar 4.1 Website Meratus 43

Gambar 4.2 Keyword 46

Gambar 4.3 Alur Perancangan 48

Gambar 4.4 *Font* Steinem Neris 52

Gambar 4.5 Pilihan Warna *Progressive* 51

Gambar 4.6 Sketsa Brosur Terpilih 55

Gambar 4.7 Sketsa X-banner Terpilih 56

Gambar 4.8 Sketsa Booth Terpilih 57

Gambar 4.9 Sketsa Kartu Nama Terpilih 58

Gambar 4.10 Sketsa *Merchandise* Terpilih 58

Gambar 4.11 Sketsa Iklan Majalah Terpilih 59

Gambar 4.12 Implementasi Desain Brosur 60

Gambar 4.13 Implementasi Desain X-banner 62

Gambar 4.14 Implementasi Desain Booth 63

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.15 Implementasi Desain Kartu Nama 64

Gambar 4.16 Implementasi Desain *Id Card* 65

Gambar 4.17 Implementasi *Merchandise* 66

Gambar 4.18 Implementasi Desain Majalah 67

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA