



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Teddy Syamsudin

44407010021

Strategi Visual Majalah Komunitas Betawi

(i – xiii) + 93 halaman ; 4 artikel internet ; 14 buku

Program Studi Visual and Art Communication

Kata Kunci : promosi, majalah, budaya betawi

### ABSTRAKSI

Kian terdesaknya masyarakat betawi dari hiruk pikuk pembangunan Jakarta tidak lepas dari lemahnya kemampuan politik pemimpin Jakarta saat ini, akibatnya kebudayaan betawi lambat – laun luntur dan terancam punah karena dibiarkan. Dengan adanya sebuah majalah di harapkan dapat membantu masyarakat Betawi memperoleh nilai ekonomis dari hasil majalah Betawi. Untuk itu penulis mengangkat fenomena tersebut menjadi sebuah karya ilmiah dalam bentuk majalah.

Majalah mempunyai peran yang sangat penting, diantaranya sebagai alat media informasi yang berisi macam-macam informasi dan berita-berita terbaru mengenai berbagai hal yang diterbitkan secara berkala (bulanan), yang bertujuan sebagai pelengkap hobby yang didalamnya banyak di muat informasi yang bersifat komersil dan mempunyai target sasaran yang berbeda-beda menurut tujuan fungsi dan isi majalah yang akan disampaikan kepada pembaca.

Dalam proses perancangan sebuah majalah pengambilan gambar dan proses layout yang didesain sedemikian rupa agar kesan budaya betawi dapat tersampaikan melalui sebuah foto dan teks, dimana penulis meluncurkan sebuah majalah yang isinya berhubungan langsung dengan kebudayaan betawi, majalah “**MONENG**” namanya yang akan menjadi satu – satunya majalah daerah yang menggunakan dua bahasa yaitu bahasa betawi dan bahasa Indonesia. Target audiens dari majalah “**MONENG**” ini adalah pria dan wanita dengan usia antara 12 sampai 40 tahun yang mempunyai jiwa muda dengan status masyarakat yang tinggal di daerah Jakarta.