



PERANCANGAN VISUAL PROMOSI PROGRAM ACARA FOR YOUTH INFO DI O CHANNEL

**“Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi”**

Disusun Oleh:

Nama : Iman Rohimayanto

NIM : 44405010-025

Jurusan : Komunikasi Visual

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI APLIKATIF

Nama : Iman Rohimayanto
Nim : 44405010-025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program studi : Komunikasi Visual
Judul skripsi aplikatif : Perancangan Visual Promosi Program Acara For Youth Info di O Channel

Jakarta, Agustus 2010

UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA

Pembimbing I

Pembimbing II

Yuka Dian Narendra, M.Hum

Agus Budi Setiawan, S.Ds



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI APLIKATIF

Nama : Iman Rohimayanto
 Nim : 44405010-025
 Fakultas : Ilmu Komunikasi
 Program studi : Komunikasi Visual
 Judul skripsi aplikatif : Perancangan Visual Promosi Program Acara For Youth Info Di
 O Channel

Jakarta, Agustus 2010

1. Ketua Sidang **UNIVERSITAS**
 Nurprapti W. Widyastuti, M.Si (.....)
MERCU BUANA
2. Penguji Ahli
 Wajar Bimantoro, M. Ds (.....)
3. Pembimbing I
 Yuka Dian Narendra, M.Hum (.....)
4. Pembimbing II
 Agus Budi Setyawan, S.Ds (.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI APLIKATIF

Nama : Iman Rohimayanto
 Nim : 44405010-025
 Fakultas : Ilmu Komunikasi
 Program studi : Komunikasi Visual
 Judul skripsi : Perancangan Visual Promosi Program Acara For Youth Info Di O Channel

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I **UNIVERSITAS** Pembimbing II

MERCU BUANA

Yuka Dian Narendra, M.Hum

Agus Budi Setyawan, S.Ds

Mengetahui,

Dekan Fakultas
 Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi
 Komunikasi Visual

Dra. Diah Wardhani, M.Si.

Drs. Hardiyanto, M.Si



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program kelas Reguler

Iman Rohimayanto
44405010-025
Program Studi Komunikasi Visual
(i-vii) + 89 halaman ; 1 artikel internet ; 14 buku (1993-2008)

ABSTRAKSI

Perancangan Visual Promosi Program Acara For Youth Info Di O Channel

Kemajuan teknologi sangat memberikan kemudahan tersendiri bagi manusia dalam menjalani kehidupannya. Begitupula dengan televisi yang memudahkan manusia dalam mendapatkan informasi. Televisi kini tidak hanya di dominasi oleh televisi nasional, namun kini juga banyak bermunculan televisi lokal yang mengangkat konten daerahnya masing-masing.

Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan, komunikasi ini menggunakan mata sebagai alat penglihatan.

Promosi adalah semua yang dilakukan untuk penjualan suatu produk atau jasa di tempat jaringan penjualan, mulai dari bahan-bahan presentasi yang digunakan seorang tenaga penjualan ketika melakukan memikat pelanggan agar memperoleh kesan yang menyenangkan terhadap apa yang di iklankan. Peran komunikasi visual dalam promosi sangatlah penting, dengan komunikasi visual kita dapat membentuk image suatu perusahaan.

For youth info adalah suatu program talk show khusus anak muda yang digabungkan dengan musik, yang disiarkan secara live dan menayangkan berbagai info terbaru seputar anak muda dengan kemasan yang dinamis, edukatif, fun, serta menampilkan bintang tamu yang berbeda setiap harinya.

Dalam proses penyusunan perancangan promosi ini terdapat beberapa faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan untuk mencapai hasil yang maksimal yaitu teori desain dan teori pemasaran.

Strategi yang diterapkan adalah menggunakan seluruh media yang dapat digunakan untuk menyapa target audience yang dalam promosi ini adalah anak muda.

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik. Laporan Tugas Akhir ini disusun dengan judul ***“Perancangan Visual Promosi Program Acara For Youth Info di O Channel”***.

Perancangan tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Program Sarjana Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Mercu Buana.

Ucapan terimakasih rasanya belum cukup untuk semua orang yang telah memberikan semangat beserta dukungan yang luar biasa kepada saya, baik materil, moral maupun spiritual. Saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Pak Yuka Dian Narendra, M.Hum sebagai Pembimbing I.
2. Pak Agus Budi Setyawan, S.Ds sebagai Pembimbing II.
3. Ibu Nurprapti W.Widyastuti, M.Si sebagai Ketua Sidang.
4. Pak Wajar Bimantoro, M.Ds sebagai Penguji Ahli.
5. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan FIKOM Universitas Mercu Buana.
6. Pak Drs. Hardiyanto, M.Si sebagai Wakil Dekan FIKOM Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh dosen Desain Komunikasi Visual UMB, terimakasih atas semua bantuan dan ilmunya selama ini.
8. Mas Bemby Indra Kusuma, *head graphic* O Channel atas semua data yang diberikan dan kesempatan menimba ilmu di O Channel.
9. Riza, Agi, Fajar, Fifi, Adole, Bagja, seluruh *graphic team* dan kru produksi O Channel terima kasih kasih atas semua bantuan dan ilmu nya.
10. Mas Henri Puncak Wijaya, S.Sn. Terimakasih atas bantuan modelingnya.

11. Para staff Tata Usaha Fikom UMB, dalam pembuatan surat-surat dan keperluan selama saya masih menjadi mahasiswa.
12. Orang Tuaku tersayang, Papah dan Mamah. Terimakasih atas segala bantuan, semangat, motivasi dan doa yang tidak pernah putus kalian berikan kepadaku. Terimakasih atas kesabaran, perhatian, dan bimbingan yang tulus kalian berikan kepadaku tanpa henti. Kalian orang tua terbaik yang aku punya. Mudah-mudahan aku bisa menjadi kebanggaan Papah dan Mamah.
13. Untuk kakak-kakakku tersayang, mas Yedha, mas Icak, teh Puspa, mas Bram, mba Ayu, ka Aty terimakasih atas semua doa dan supportnya.
14. Adikku tersayang, Alfian. Terimakasih atas semua doa dan supportnya.
15. Anie ku tersayang. Terimakasih atas semua bantuan, dukungan, dan doa yang selalu kamu berikan kepadaku.
16. Untuk semua anak-anak Komvis (DKV Mercu Buana), *thank's for all!* Tanpa kalian mungkin aku bukan apa-apa sekarang.
17. Untuk anak-anak Marcomm 2005, terutama Eka, Cindy, Mirna. Terimakasih bantuannya.
18. Semua pihak yang telah berjasa dan luput dari ingatan, terimakasih. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian.

Akhir kata, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. oleh karena itu saya amat menghargai saran dan kritik dari pembaca sekalian. Saya berharap semoga tugas akhir ini bisa berguna bagi siapa saja yang membacanya dikemudian hari.

Jakarta, Agustus 2010

Iman Rohimayanto

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi Aplikatif		i
Tanda Lulus Sidang Skripsi Aplikatif		ii
Pengesahan Perbaikan Skripsi Aplikatif		iii
Abstraksi		iv
Kata Pengantar		v
Daftar Isi		vii
BAB 1	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Identifikasi Masalah	7
1.3	Rumusan Masalah	8
1.4	Pembatasan Masalah	8
1.5	Tujuan Perancangan	8
BAB 2	LANDASAN TEORI	
2.1	Promosi	9
2.1.1	Tujuan Promosi	11
2.1.2	Bauran Promosi	13
2.1.2.1	Periklanan (advertising)	13
2.1.2.2	Penjualan Tatap Muka	15
2.1.2.3	Hubungan Masyarakat	16

2.1.2.4 Promosi Penjualan	16
2.1.2.5 Pemasaran langsung	17
2.2.2 Media Promosi	17
2.2 Desain Komunikasi Visual	18
2.2.1 Komunikasi Visual	18
2.2.2 Perinsip Desain Komunikasi Visual	19
2.3 Komponen Desain Grafis	21
2.3.1 Garis.....	22
2.3.1.1 Garis Secara Orientasi	22
2.3.1.2 Kombinasi Garis Horizontal dan vertikal	23
2.3.1.3 Kombinasi Garis Diagonal	23
2.3.1.4 Kombinasi Garis Kurva	23
2.3.1.4 Pengulangan	24
2.3.1.6 Pancaran	24
2.3.2 Bentuk	25
2.3.3 Warna	26
2.3.4 Ilustrasi / Gambar	29
2.3.4.1 Mode Desain Grafis	29
2.3.5 Huruf / Tipografi	30
2.3.5.1 Jenis Huruf	31
2.3.6 Ruang	33
2.3.7 Layout	33

2.3.7 Elemen-elemen Layout	34
2.4 Data Perusahaan	35
2.4.1 Sejarah Singkat O Channel	35
2.4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	35
2.4.1.2 Slogan	36
2.4.1.3 Struktur Organisasi	36
2.4.1.4 Alamat Kantor	37
2.4.2 Program Acara For Youth Info	37
2.5 Analisis SWOT	35
 BAB III STRATEGI DAN KONSEP VISUAL	
3.1 Strategi Perancangan	37
3.1.1 Strategi Komunikasi	40
3.1.2 Profil Target Audience Fo Youth Info	40
3.1.3 Tujuan Komunikasi	42
3.1.4 Positioning	42
3.1.5 Pesan Utama	43
3.1.6 Materi Pesan	43
3.1.7 Penfdekatan Bahasa	44
3.2 Strategi Kreatif	44
3.2.1 Penedkatan Kreatif	45
3.2.2 Pendekatan Visual	45
3.2.3 Strategi Media	46

3.3 Konsep Visual	51
BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA	
4.1 Teknis Media	56
4.2 Teknis Penyebaran Media	56
4.3 Teknis Produksi Media	57
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	88
LAMPIRAN	90
DAFTAR PUSTAKA	100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA