

ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul Perancangan Media Promosi Sayur Hidroponik Dalam Bentuk Audio Visual. Prancangan ini di latar belakang dari belum adanya media promosi yang baik untuk Sayur Hidroponik ini, yang berdampak pada menurunnya wisatawan tiap tahunnya. Rancangan menggunakan metode analisis data yaitu teori analisis 5W+1H (*What, Who, When, Why, Where, How*) dengan menggunakan teori komunikasi, desain layout, dan warna. Adapun media rancangan nya sebuah Audio Visual sebagai media utama, didukung dengan media pendukung seperti spanduk, poster, banner, gelas, baju dan topi. Didalam perancangan ini menggunakan 2 strategi media, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang dipilih pada Tugas Akhir ini adalah Audio Visual. Audio Visual merupakan media yang memiliki sifat identik sehingga dapat dengan mudah menggambarkan tempat wisata konservasi penyu secara keseluruhan. Media pendukung dibuat dalam bentuk media cetak penerapan layout atau tata letak media pendukung sesuai dengan prinsip-prinsip desain agar mendapat hasil yang baik. Media pendukung juga berperan dalam mendukung media utama agar tujuan yang diberikan kepada target audience tersampaikan.

Kata Kunci : Media Promosi, Sayur, Hidroponik, Arif Hidroponik

ABSTRACT

This final project is titled " Vegetable Promotion Media Design in Audio Visual Form." This design is motivated by the lack of effective promotional media for the Sayur Hidroponik, which has led to a decline in users every year. The design uses a data analysis method based on the 5W+1H theory (What, Who, When, Why, Where, How) in conjunction with communication theory, layout design, and color theory. The main media used in this design is Audiovisual, supported by additional media such as banners, posters, standees, cups, shirts, and hats. The design incorporates two media strategies: primary and secondary media. The primary media chosen for this final project is Audiovisual, as it is a medium with inherent characteristics that can easily convey the message about the Sayur On Delivery service. The secondary media are created in print form, applying layout design principles to ensure good results. The supporting media also play a crucial role in reinforcing the primary media, ensuring that the message reaches the target audience effectively.

Keywords: Promotion Media, Vegetables, Hydroponics, Arif Hydroponics