

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
BRAHMAVHARA ARAMA DESA BANJAR
Oleh
Ida Bagus Made Belawa, NIM1802071013
Program Studi D-III Desain Komunikasi Visual

ABSTRAK

Tujuan perancangan media promosi Desain Komunikasi Visual Brahmavihara Arama Desa Banjar pada Tugas Akhir ini adalah untuk (1) Untuk membuat video promosi Brahmavihara Arama Desa Banjar yang menarik dan imformatif. (2) Untuk membuat Logo, stiker, Pin, Shopping Bag, Umbul-umbul, Neon Box, dan Brosur yang menarik sebagai media promosi pendukung Obyek Wisata Brahmavihara Arama Desa Banjar. Perancangan ini didahului dengan melakukan riset dan pengumpulan data dengan teknik observasi awal, studi literasi tentang wihara dan budhisme dari kajian pustaka, wawancara tentang kondisi Brahmavihara Arama dengan pengelola, dan dokumentasi visual berupa foto dan video lingkungan wihara dan sekitarnya. Konsep yang diterapkan dalam perancangan disesuaikan dengan konsep warna, bentuk dan adaptasi visual lingkungan Brahmavihara Arama agar tetap bernuansa religious dan menyatu dengan alam disekitar wihara

Hasil dari perancangan ini adalah sembilan jenis media promosi yaitu 1).Logo baru yang berkonsep Golden Budha dan ilustrasi dari sang budha yang melakukan meditasi dibawah pohon bodhi yang melambangkan kesadaran dan perasaan telah tercerahkan untuk mencapai kesempurnaan, 2).Video Promosi yang berdurasi 5 menit 09 detik dengan format Mp4, 3).Brosur yang berukuran 20cm x 27cm, 4).Neon Box yang berukuran 90cm x 120cm, 5).PIN yang berdiameter 7cm, 6).Shoppingbag yang berukuran 30cm x 40cm, 7).Stiker yang berukuran 5cm x 9cm, 8).T-Shirt yang berukuran L, 9).Umbul-umbul yang berukuran 4m x 0,5m.

Kata-kata kunci: Promosi, Desain Komunikasi Visual, Brahmavihara Arama, Religi

ABSTRACK

The purpose of designing promotional media for the Brahmavihara Arama Visual Communication Design in Banjar Village in this Final Project is to (1) To make Brahmavihara promotional video Interesting and informative Banjar Village Arama. (2) To create attractive Logos, stickers, Pins, Shopping Bags, Banners, Neon Boxes, and Brochures as promotional media to support the Brahmavihara Arama Tourism Object in Banjar Village. This design was preceded by conducting research and collecting data with initial observation techniques, literacy studies about monasteries and Buddhism from literature studies, interviews about the condition of Brahmavihara Arama with managers, and visual documentation in the form of photos and videos of the temple environment and its surroundings. The concept applied in the design is adjusted to the concept of color, shape and visual adaptation of the Brahmavihara Arama environment so that it remains religious and blends with the nature around the temple.

The result of this design is there are nine types of promotional media, 1).namely a new logo with the concept of the Golden Buddha and an illustration of the Buddha meditating under a bodhi tree which symbolizes awareness and feeling that he has been enlightened to achieve perfection, 2).a promotional video that lasts 5 minutes 09 seconds with Mp4 format , 3).Brochure measuring 20cm x 27cm, 4).Neon Box measuring 90cm x 120cm, 5).PIN measuring 7cm, 6).Shoppingbag measuring 30cm x 40cm, 7).Sticker measuring 5cm x 9cm, 8).T-Shirt measuring L, 9).Banners measuring 4m x 0,5m.

Keywords: Promotion, Visual Communication Design, Brahmavihara Arama, Religious.

