

PERANCANGAN MEDIA IKLAN SHAMBALA TOUR AND TRAVEL AGENCY DI UNGARAN

BAGUS RAYI PAMUNGKAS

(Pembimbing : Edy Mulyanto, SSi, M.Kom, MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn.)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114200700169@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Shambala Tour and Travel Agency adalah sebuah agen biro perjalanan. perusahaan ini mengkhususkan pada jasa transportasi dengan model sewa dan jasa perjalanan wisata secara kelompok ataupun perorangan, dalam keberadaanya perusahaan ini belum begitu dikenal oleh segmen pasarnya, karena memang agen perjalanan ini meskipun relative besar namun belum dikenal oleh sebagian masyarakat. Dengan adanya media iklan, menurut pengamatan penulis serta data dari pihak pengelola diharapkan akan mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas dari sebelumnya, oleh karena itu sarana iklan sangat dibutuhkan pada perusahaan ini supaya tidak tertinggal dari kompetitor agen perjalanan lainnya, Dengan adanya permasalahan pada faktor iklan, maka penulis beranggapan perlunya program media iklan yang berkesinambungan dalam rangka meningkatkan pangsa pasar untuk perusahaan ini sehingga akan tercapai target pasar yang diinginkan. Dengan perancangan media iklan yang sesuai dan terkonsep sehingga diharapkan akan mampu menginformasikan keberadaan Shambala Tour and Travel Agency secara maksimal. Analisis data dilakukan deskriptif kualitatif, data yang diperoleh akan dianalisis dengan analisis SWOT.

Kata Kunci : desain, media komunikasi visual, Shambala Tour and Travel, Iklan

DESIGN OF ADVERTISEMENT MEDIA FOR SHAMBALA TOUR AND TRAVEL AGENCY AT UNGARAN

BAGUS RAYI PAMUNGKAS

(Lecturer : Edy Mulyanto, SSi, M.Kom, MUHAMMAD TAUFIK, M.Sn.)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of
Computer Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 114200700169@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Shambala Tour and Travel Agency is a travel agent. This company specializes in the rental model transportation services and travel services as a group or individuals, the existence of this company is not so well known by market segment, because it's a travel agent although relatively large, but not known by most people. With the advertising medium, according to the observations of the author as well as data from the manager is expected to be able to capture a market segment that is wider than ever, therefore, a means of advertising is needed in this company so as not to lag behind the competitors other travel agencies, with their problems on factors advertisement , the authors assume the need for sustainable advertising media programs in order to increase the market share for this company so that it will achieve the desired target market. With appropriate design of advertising media and concept so hopefully will be able to inform the existence of Shambala Tour and Travel Agency to the fullest. Descriptive qualitative data analysis was performed, the data obtained will be analyzed using SWOT analysis.

Keyword : design, visual communication media, Shambala Tour and Travel, Ads