

ABSTRAK

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI KARTU JAKCARD TAHUN 2016

Christiany
625110144

Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk menentukan strategi promosi yang tepat untuk sebuah produk kartu prabayar JakCard pada semester kedua tahun 2016. JakCard merupakan kartu prabayar yang dikeluarkan oleh Bank DKI yang sudah berdiri sejak 2007 namun kesadaran merek masyarakat terhadap JakCard masih tergolong rendah. JakCard belum pernah melakukan kegiatan promosi yang signifikan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan terdiri dari tahapan proses kreatif, berawal dari riset dan analisis, simulasi proses adopsi, dilanjutkan dengan penyusunan konsep dan gagasan, dan diakhiri dengan tahap eksekusi.

Perancangan ini diarahkan kepada khalayak sasaran JakCard yaitu warga komuter aktif Jabodetabek berusia 19-25 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa, golongan ekonomi menengah yang telah terpapar pengaruh dunia digital. Penulis merancang sebuah promosi yang dapat menarik khalayak sasaran untuk tidak hanya mengetahui tentang JakCard, namun juga tertarik untuk mencoba layanan yang ditawarkan. Menjelajah tempat-tempat wisata Jakarta dengan menggunakan kartu JakCard, sehingga akan berdampak pada kenaikan pendapatan Bank DKI.

Kata Kunci:

JakCard, promosi, wisata, Transjakarta, petualangan, jelajah, Jakarta, Bank DKI.

ABSTRACT

VISUAL DESIGN FOR JAKCARD PREPAID CARD PROMOTIONAL CAMPAIGN YEAR 2016

**Christiany
625110144**

The purpose of the visual design in this final assignment, is to develop a creative concept, ideas, and execution that in accordance with JakCard Prepaid promotional strategies in the second half of the year 2016. JakCard is a prepaid card of Bank DKI marketed since 2007, but to date the market brand-awareness on JakCard is still very low. JakCard has not carry-out significant promotional activities to increase the brand-awareness.

The design methods used consist of in-depth interview with the model-client (as a replacement of Client brief), research and analysis, simulation of adoption process, and continued by the arranging of concepts and ideas, and concluded with the execution stage.

This design is focused towards JakCard's primary target market; that is JABODETABEK's active commuters aged 19-25 years old, middle-class, university students who are already exposed to the contemporary digital world. The designs also map out a promotional event that will spark the interest of the target market for not only to know about the existence of JakCard, but also making them interested to try the services provided. By inviting them to the adventure of Exploring Jakarta's tourist attractions using JakCard that will eventually bring a revenue increase to Bank DKI.

Key Words:

JakCard, promotional, tourism, Transjakarta, adventure, explore, Jakarta, Bank DKI.