

ABSTRAK

PROMOSI APLIKASI PESAN INSTAN BUATAN INDONESIA CATFIZ MESSENGER

Oleh
Gunawan Dwi Rahardjo
NRP 0764030

Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi aplikasi pesan instan. Namun dari banyaknya aplikasi pesan instan yang populer, kebanyakan buatan luar negeri. Kalaupun ada aplikasi pesan instan buatan indonesia, aplikasi tersebut belum banyak dikenal. Salah satunya adalah Catfiz messenger. Catfiz messenger hanya menembus 1 juta download di Google Play sejak dirilis tahun 2011, sedangkan aplikasi pesan populer sudah menembus ratusan juta download. Padahal Catfiz messenger mempunyai fitur yang menarik seperti transfer file hingga 250 MB, grup chat 2.000 member, Sticker unik, serta fitur sosial media seperti komen status, like dan quote.

Maka perlu diadakan promosi yang bertujuan mengenalkan serta menginformasikan fitur dan kelebihan Catfiz messenger khususnya kepada remaja melalui media informasi yang tepat dan menarik. Manfaat perancangan ini adalah agar masyarakat indonesia terutama remaja dapat lebih mengenal aplikasi buatan lokal untuk menumbuhkan rasa nasionalisme.

Metodenya ialah mengenalkan Catfiz melalui media online maupun cetak yang puncaknya diadakan event ke berbagai SMA swasta dengan didukung media promosi berupa poster online, iklan koran, iklan aplikasi android, iklan website, X-banner. Solusinya adalah dengan mendesain maskot ikan lele, warna dominan merah putih untuk menunjukkan asli Indonesia, dan menggunakan layout yang playful. Melalui promosi ini, diharapkan lebih banyak masyarakat terutama remaja yang mengenal Catfiz messenger dan menggunakannya secara reguler untuk menjunjung tinggi rasa nasionalisme.

Kata kunci: Aplikasi, indonesia, messenger

ABSTRACT

PROMOTION DESIGN OF CATFIZ MESSENGER, AN INDONESIAN INSTANT MESSAGE APPLICATION

Submitted by
Gunawan Dwi Rahardjo
NRP 0764030

Indonesia is a potential market for instant message application. Yet, among the many popular applications of instant messages, most of them are made by other countries. Even if there are instant message applications made by Indonesia, they are not widely known. One of the Indonesian applications is Catfiz messenger. It has been downloaded only 1 million times in Google Play since being released in 2011, while popular messengers have been downloaded hundreds of million times. In fact, Catfiz messenger has such interesting features as file transfer until 250 MB, group chats for 2,000 members, unique stickers, and other social media features such as status comments, like, and quote.

Consequently, promotions are necessary in order to introduce and inform the features and good points of Catfiz messenger, especially to teenagers through an accurate and interesting information media. Through this promotion design, Indonesian people, especially teenagers can know this Indonesian-made application and increase their nationalism.

The method used is to introduce Catfiz through online and printed media, which will then be socialized in events at private high schools with the support of online posters, newspaper advertisements, Android application advertisements, website advertisements, and X-banner. The idea is that in the design there will be a mascot of a catfish, with the dominant colors of red and white to refer to the originality of Indonesia, and the playful layout. Through this promotion, it is expected that there will be more teenagers knowing Catfiz messenger and using it regularly in order to uphold the sense of nationalism.

Keywords: application, Indonesia, messenger

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	4
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Definisi Desain Komunikasi Visual.....	7
2.2 Definisi Promosi.....	7
2.2.1 Tujuan Promosi.....	8
2.2.2 Bauran Promosi.....	9
2.2.3 Event.....	12
2.3 Aplikasi.....	12
2.4 Chatting.....	13
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	14

3.1	Data dan Fakta.....	14
3.1.1	Perusahaan Terkait.....	14
3.1.2	Data Tentang Gejala/ Fenomena yang Terjadi.....	15
3.1.3	Catfiz Messenger.....	31
3.1.4	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	34
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	37
3.2.1	Analisis Terhadap Teori yang akan Diterapkan.....	37
3.2.2	Segmenting, Targeting, Positioning.....	37
3.2.3	Analisis SWOT.....	39
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....		41
4.1	Konsep Komunikasi.....	41
4.1.1	Tahapan Promosi.....	41
4.2	Konsep Kreatif.....	42
4.3	Konsep Media.....	43
4.4	Hasil Karya.....	44
BAB V : PENUTUP.....		58
5.1	Simpulan.....	58
5.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....		59
LAMPIRAN.....		60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	6
Gambar 3.1	Logo Catfiz <i>messenger</i> & PT. Duniacatfish Kreatif Media.....	14
Gambar 3.2	Pertanyaan Kuesioner	19
Gambar 3.3	Diagram pengetahuan tentang <i>messenger</i> buatan indonesia	20
Gambar 3.4	Diagram aktivitas yang paling sering dilakukan di HP	21
Gambar 3.5	Diagram <i>messenger</i> yang paling banyak digunakan	22
Gambar 3.6	Diagram sosial media yang paling banyak digunakan	23
Gambar 3.7	Diagram gadget yang digunakan remaja	24
Gambar 3.8	Diagram alasan menggunakan <i>messenger</i>	25
Gambar 3.9	Diagram fitur yang disukai dalam <i>messenger</i>	26
Gambar 3.10	Diagram pernah tidaknya mendengar Catfiz <i>messenger</i>	27
Gambar 3.11	Diagram ketertarikan remaja setelah dipaparkan kelebihan Catfiz	27
Gambar 3.12	Diagram bangga tidaknya menggunakan aplikasi indonesia	28
Gambar 3.13	Diagram gambar yang lebih disukai remaja	29
Gambar 3.14	<i>Screenshot</i> Catfiz <i>messenger</i> pada <i>smartphone</i> android	31
Gambar 3.15	Fitur <i>status comment</i> di Catfiz <i>messenger</i>	32
Gambar 3.16	Sticker yang ada di Catfiz <i>messenger</i>	33
Gambar 3.17	Promosi Line <i>messenger</i> bekerjasama dengan KFC	35
Gambar 3.18	Promosi Line <i>messenger</i> melalui <i>share post</i>	36
Gambar 4.1	Logo Catfiz <i>messenger</i>	43
Gambar 4.2	Lelo, maskot Catfiz <i>messenger</i>	44
Gambar 4.3	Timeline Promosi	45
Gambar 4.4	Poster Awareness 1	46
Gambar 4.5	Poster Awareness 2	47

Gambar 4.6	Poster fitur “Transfer File”	48
Gambar 4.7	Poster fitur “Group Chat”	49
Gambar 4.8	Poster Event	50
Gambar 4.9	X-Banner Event	51
Gambar 4.10	Web banner & Iklan aplikasi android	52
Gambar 4.11	Desain Timeline Jejaring sosial	53
Gambar 4.12	Website	54
Gambar 4.13	Gimmick event	55
Gambar 4.14	Stickers Catfiz <i>messenger</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Screenshot wawancara Aryo Nugroho, ST. S.Kom. MT.	59
Lampiran B	Kuesioner	59
Lampiran C	Artikel majalah	59
Lampiran D	Sketsa asistensi hasil katya	59