

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya lah sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain jurusan Desain Komunikasi Visual di Institut Manajemen Telkom.

Selama penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis ingin menyampaikan terima kasih atas dukungan dan bantuannya kepada :

1. Ibu Elina Farida, S.Sn. yang telah memberikan kesempatan untuk menjadikan Studio 181 sebagai objek dalam perancangan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Bijaksana Prabawa, S.Ds., MM dan Ibu Ati Mustikasari, SE.,MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir di Institut Manajemen Telkom yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran serta waktunya.
3. Bapak Dicky Hidayat, S.Sn., M.Ds dan Ibu Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn yang telah memberikan banyak masukan dalam penulisan serta perancangan Tugas Akhir
4. Seluruh civitas akademis program studi Desain Komunikasi Visual Institut Manajemen Telkom yang telah banyak membantu Penulis
5. Bapak Drs. Asmudjo Jono Irianto, M.Sn., yang telah banyak memberikan masukan terhadap Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya. Terima kasih atas perhatiannya.

Bandung, 15 Juli 2013

Nurina Winda Ahtami

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar / Foto	xi
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Fokus.....	5
1.4 Tujuan Perancangan.....	6
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	6
1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
1.7 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori <i>Marketing</i>	9
2.1.1 Teori <i>Marketing Mix</i>	9
2.1.2 Teori Promosi.....	9
2.1.3 Teori <i>Advertising</i>	11
2.1.4 Teori <i>Brand</i>	11

2.2	Teori Komunikasi	17
2.2.1	Teori Komunikasi Massa	17
2.2.2	Teori AISAS	19
2.2.3	Teori <i>Tagline</i>	20
2.3	Teori Media.....	20
2.3.1	Teori Seleksi Media	21
2.3.2	Teori Karakteristik Media / Saluran.....	22
2.4	Teori Visual.....	25
2.4.1	Teori Logo.....	25
2.4.2	Teori <i>Layout</i>	27
2.4.3	Teori Warna	31
2.4.4	Teori Tipografi.....	34
2.5	Teori Analisis	37
2.5.1	Teori Analisis S.W.O.T.....	37
2.5.2	Teori Analisis Matriks	39
BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS		40
3.1	Data dan Fakta.....	40
3.1.1	Hasil Pengumpulan Data.....	40
3.1.2	Tinjauan Terhadap Program Terdahulu dan Proyek Sejenis.....	69
3.2	Analisis Data	85
3.2.1	Analisis Data Hasil Wawancara.....	85
3.2.2	Analisis Hasil Kuisisioner	86
3.2.3	Analisis Perancangan Terdahulu.....	88
3.2.4	Analisis S.W.O.T	96
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		102
4.1	Konsep Komunikasi	102
4.1.1	Tujuan Komunikasi.....	102
4.1.2	Sasaran Komunikasi.....	103
4.1.3	Strategi Komunikasi.....	103
4.1.4	<i>Tagline</i>	105

4.2	Konsep Kreatif	105
4.3	Konsep Visual	108
	4.3.1 Konsep Visual Logo.....	108
	4.3.2 Kosep Visual Media Promosi	113
4.4	Konsep Media	115
	4.4.1 Pemilihan Media	115
	4.4.2 Penjadwalan Media	121
	4.4.3 <i>Budgeting</i> Media	125
4.5	Hasil Perancangan.....	128
	4.5.1 Logo Studio 181	128
	4.5.2 Media Promosi Studio 181	131
BAB V PENUTUP.....		144
5.1	Kesimpulan	144
5.2	Saran.....	145
Daftar Pustaka		146
Lampiran.....		150

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Seleksi Media	22
Tabel II.2	Karakteristik Media atau Saluran.....	23
Tabel III.1	Matriks Analisis Program Terdahulu dan Pesaing Sejenis	82
Tabel III.2	Matriks Analisis Media Promosi yang Digunakan pada Proyek Terdahulu dan Pesaing	84
Tabel III.3	Matriks Hasil Kuisisioner	86
Tabel III.4	Matriks Analisis Logo Terdahulu	88
Tabel III.5	Matriks Analisis Papan Nama Terdahulu	89
Tabel III.6	Matriks Analisis Kartu Nama Terdahulu	90
Tabel III.7	Matriks Analisis Brosur Terdahulu.....	91
Tabel III.8	Matriks Analisis <i>Leaflet</i> Terdahulu.....	92
Tabel III.9	Matriks Analisis <i>Packaging</i> Terdahulu.....	93
Tabel III.10	Matriks Analisis <i>Goodiebag</i> Terdahulu	94
Tabel III.11	Matriks Strategi S-O	96
Tabel III.12	Matriks Strategi S-T.....	97
Tabel III.13	Matriks Strategi W-O.....	98
Tabel III.14	Matriks Strategi W-T	99
Tabel IV.1	Klasifikasi Media Promosi Berdasarkan Tahapan Komunikasi.....	120
Tabel IV.2	Penjadwalan Media Promosi Studio 181 Tahun 3014	121

DAFTAR GAMBAR / FOTO

Gambar I.1	Kerangka Penelitian	7
Gambar II.1	Hubungan <i>Brand Identity</i> dengan aspek lain	14
Gambar II.2	Komposisi <i>Golden Rectangle</i>	30
Gambar II.3	Komposisi <i>Rule of Third</i>	30
Gambar II.4	Contoh Foto Komposisi <i>Framing</i>	31
Gambar II.5	Contoh Komposisi <i>Point of Interest</i>	31
Gambar II.6	SWOT Matrixes	37
Gambar II.7	Contoh Mariks.....	39
Gambar III.1	Logo Studio 181 Saat Ini.....	40
Gambar III.2	<i>Showroom</i> Studio 181	41
Gambar III.3	Motif Batik Jawa Barat yang Diaplikasikan	43
Gambar III.4	Daun Sirih	44
Gambar III.5	Pengrajin Studio 181	45
Gambar III.6	Gantungan Kunci Studio 181	46
Gambar III.7	Kalung dan Aksesoris Studio 181	46
Gambar III.8	Hiasan Dinsing Studio 181	47
Gambar III.9	Keramik <i>Tile</i> Studio 181	47
Gambar III.10	Teko Studio 181	48
Gambar III.11	<i>Tableware</i> Studio 181	48
Gambar III.12	Cangkir Studio 181	49
Gambar III.13	Piring dan Jam Studio 181	49
Gambar III.14	Asbak Studio 181	50
Gambar III.15	Vas Bunga Studio 181.....	50
Gambar III.16	Lonceng Angin Studio 181	51
Gambar III.17	Wadah <i>Aromatherapy</i> Studio 181	51
Gambar III.18	Cermin Studio 181	52
Gambar III.19	Grafik Penjualan Keramik Studio 181	54
Gambar III.20	Foto Ibu Elina Farida Eksan S.Sn	57
Gambar III.21	Foto Drs.Asmudjo Jono Irianto, M.Sn.....	59

Gambar III.22	Foto Pengunjung <i>Booth</i> Studio 181	60
Gambar III.23	Konsumen (Sahitha) Studio 181	61
Gambar III.24	Salah Satu Pengunjung (Ari) <i>Booth</i> Studio 181.....	62
Gambar III.25	Bapak Joko, <i>General Manager</i> Studio F.Widayanto.....	64
Gambar III.26	Grafik Pengetahuan Responden tentang Keberadaan Studio 181.....	65
Gambar III.27	Grafik Informasi tentang Studio 181.....	66
Gambar III.28	Grafik Kecukupan Informasi yang Diberikan Pada Media Promosi	67
Gambar III.29	Grafik Ciri Khas Studio 181 Menurut Responden.....	67
Gambar III.30	Grafik Ketertarikan Responden terhadap Produk Studio 181.....	68
Gambar III.31	Grafik Daya Tarik Produk Studio 181	68
Gambar III.32	Papan Nama Studio 181.....	69
Gambar III.33	Kartu Nama Studio 181.....	70
Gambar III.34	Brosur dan <i>Leaflet</i> Studio 181.	71
Gambar III.35	<i>Packaging</i> Studio 181	71
Gambar III.36	<i>Goodiebag</i> Studio 181	72
Gambar III.37	<i>Booth</i> Studio 181 di INACraft 2013	73
Gambar III.38	<i>Booth</i> Studio 181 di IFFINA 2013.....	73
Gambar III.39	Logo Kandura.....	74
Gambar III.40	Tampilan <i>Facebook</i> Kandura.....	74
Gambar III.41	Tampilan <i>Tumblr</i> Kandura.....	75
Gambar III.42	Tampilan <i>Website</i> Kandura.....	75
Gambar III.43	<i>Leaflet</i> Kandura.....	76
Gambar III.44	Tampilan <i>Twitter</i> Kandura	76
Gambar III.45	Logo F.Widayanto	77
Gambar III.46	Kartu Nama F.Widayanto	78
Gambar III.47	Brosur F.Widayanto	78
Gambar III.48	<i>Leaflet</i> F.Widayanto.....	78
Gambar III.49	<i>Website</i> F.Widayanto	79
Gambar III.50	<i>Facebook</i> Widayanto	79
Gambar III.51	Logo Munti	80
Gambar III.52	Tampilan Depan dan Belakang Kartu Nama Munti.....	80

Gambar III.53	<i>Leaflet Munti</i>	81
Gambar III.54	Tampilan <i>Facebook Munti</i>	81
Gambar III.55	Tampilan <i>Website Munti</i>	82
Gambar IV.1	Referensi Foto Produk Studio 181 untuk Media Promosi	106
Gambar IV.2	Referensi Daun Sirih.....	107
Gambar IV.3	Proses Stilasi Daun Sirih.....	107
Gambar IV.4	Referensi Motif Floral.....	107
Gambar IV.5	Spesifikasi Warna pada Logo.....	110
Gambar IV.6	Huruf <i>Southern Aire</i>	111
Gambar IV.7	Huruf <i>Adore You</i>	111
Gambar IV.8	Spesifikasi Warna pada Media Promosi	113
Gambar IV.9	Huruf <i>Southern Aire</i>	114
Gambar IV.10	Huruf <i>Adore You</i>	114
Gambar IV.11	Huruf <i>Stymie Stylus</i>	115
Gambar IV.12	Logo Studio 181.....	128
Gambar IV.13	Pewarnaan Logo Studio 181	130
Gambar IV.14	Pengukuran Logo Studio 181.....	130
Gambar IV.15	Alternatif Penggunaan Logo Studio 181.....	131
Gambar IV.16	Papan Nama Studio 181.....	131
Gambar IV.17	Kartu Nama Studio 181.....	132
Gambar IV.18	Brosur Studio 181	133
Gambar IV.19	Katalog Studio 181.....	134
Gambar IV.20	Katalog Studio 181.....	135
Gambar IV.21	Iklan Majalah Studio 181	136
Gambar IV.22	<i>Website</i> Studio 181.....	137
Gambar IV.23	<i>Facebook</i> Studio 181	138
Gambar IV.24	<i>Twitter</i> Studio 181.....	138
Gambar IV.25	<i>Flyer</i> Studio 181.....	139
Gambar IV.26	<i>Digital Poster</i> Studio 181	140
Gambar IV.27	<i>Goodiebag</i> Studio 181	141
Gambar IV.28	<i>Packaging</i> Studio 181	142
Gambar IV.29	<i>Souvenir Bros</i> Studio 18	142

Gambar IV.30	<i>Souvenir</i> Syal Studio 181	143
Gambar IV.31	Seragam Pegawai Studio 181	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Wawancara Pemilik (Ibu Elina Farida)	152
Lampiran 2	Hasil Wawancara Ahli (Bapak Didit Widiatmoko)	153
Lampiran 3	Hasil Wawancara Ahli (Bapak Asmudjo Jono Irianto).....	154
Lampiran 4	Hasil Wawancara Pesaing	156
Lampiran 5	Kuisisioner <i>Offline</i>	158
Lampiran 6	<i>Screenshot</i> Kuisisioner <i>Online</i>	160
Lampiran 7	<i>Screenshot</i> Kuisisioner saat INACraft 2013	161
Lampiran 8	Hasil Kuisisioner	162
Lampiran 9	Proses Studi Bentuk Daun Sirih.....	163
Lampiran 10	Sketsa <i>Digital</i> Logo	164
Lampiran 11	Alternatif Logo.....	166
Lampiran 12	Alternatif Iklan Majalah.....	167
Lampiran 13	Alternatif Kartu Nama.....	169
Lampiran 14	Sketsa Manual	170