

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan anugerah-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul “**Perancangan Media Promosi Sepatu 403atteindre**” dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Sekolah Komunikasi Multimedia, Institut Manajemen Telkom.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Bijaksana Prabawa, S.Ds., MM dan ibu Ati Mustikasari, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, membantu dan memberi arahan dalam penyusunan Tugas Akhir.
2. Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M.Sn dan bapak Patra Aditia, S,Ds., M.Ds selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan Tugas Akhir.
3. Pemilik 403atteindre, yang telah memberi ijin dan membantu dalam proses pengumpulan data.
4. Seluruh pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata, semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Fokus	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Cara Pengumpulan Data	3
1.6 Kerangka Perancangan	5
1.7 Pembabakan.....	5
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Teori Manajemen	7
2.1.1 Teori Pemasaran	7
2.1.2 Teori Promosi	8
2.1.3 STP	10
2.1.4 Kategori Umur.....	11
2.2 Teori Komunikasi.....	11
2.3 Teori Desain	15
2.3.1 Image	15
2.3.2 Teori Layout	17
2.3.3 Teori Warna.....	19

2.3.1 Teori Tipografi	20
2.4 Media	22
BAB III DATA DAN ANALISIS	
3.1 Data Perusahaan	24
3.1.1 Profil 403atteindre	24
A. Sejarah	26
B. Data Produk	27
C. Proses Bisnis	29
D. Khalayak Sasaran	30
E. Data Wawancara	31
F. Tinjauan Promosi terdahului	32
3.1.2 Tinjauan Terhadap Usaha sejenis	35
3.2 Analisis Data	44
3.2.1 Analisi Wawancara.....	44
3.2.2 Kuesioner.....	44
3.2.3 Analisis SWOT 403atteindre.....	48
3.2.4 Matriks SWOT 403atteindre	50
3.2.5 Analisis Matriks SWOT	51
3.2.6 Analisis Bauran Pemasaran	51
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep Komunikasi	53
4.1.1 Tujuan Komunikasi	53
4.1.2 Sasaran Komunikasi	54
4.1.3 Strategi Komunikasi	54
4.1.4 Tagline	54
4.2 Konsep Kreatif	55
4.3 Konsep Visual	56
A. Gaya Gambar	56
B. Verbal.....	56
C. Tipografi	57
D. Warna.....	58

E. <i>Layout</i>	60
4.4 Konsep Media.....	61
4.4.1 Budgeting Media	64
4.5 Hasil Perancangan	66
4.5.1 <i>Flyer</i>	66
4.5.2 <i>Digital Poster</i>	67
4.5.3 Iklan Majalah.....	68
4.5.4 <i>X-Banner</i>	68
4.5.5 Katalog	69
4.5.6 <i>Website</i>	70
4.5.7 <i>Social Media</i>	71
4.5.8 <i>Goodie Bag</i>	72
4.5.9 Kain Lap Sepatu	72
4.5.9 Kotak Sepatu	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran	74
Daftar Pustaka	75
Lampiran	77

DAFTAR TABEL

Tabel II.3 Warna.....	19
Tabel II.4 Karakteristik Media.....	22
Tabel III.1 Matriks Tinjauan Usaha Sejenis.....	41
Tabel III.2 Matriks SWOT.....	50
Tabel IV.1 Klasifikasi Media Promosi Berdasarkan Tahapan Komunikasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Fotografi.....	16
Gambar II.2 Fotografi.....	17
Gambar III.1 Logo Perusahaan	24
Gambar III.2 Foto Toko 403atteindre	25
Gambar III.3 Foto tempat produksi 403atteindre.....	26
Gambar III.4 Foto sepatu 403atteindre wanita.....	27
Gambar III.5 Foto tas wanita 403atteindre.....	28
Gambar III.6 Foto sepatu 403atteindre pria	28
Gambar III.7 Foto kemeja 403atteidnre pria	29
Gambar III.8 <i>Flowchart</i> proses bisnis.....	29
Gambar III.9 Blackberry Messenger dan instagram 403atteindre	32
Gambar III.10 Tampilan Twitter 403atteindre.....	33
Gambar III.11 Tampilan Facebook 403atteindre	33
Gambar III.12 <i>Endorsement</i> artist 403atteindre.....	34
Gambar III.13 Logo Clarence	35
Gambar III.14 Produk sepatu Clarence	36
Gambar III.15 Foto katalog Clarence	36
Gambar III.16 Logo ECAD.....	37
Gambar III.17 Produk sepatu ECAD	38
Gambar III.18 Foto both pameran.....	38
Gambar III.19 Katalog ECAD.....	39
Gambar III.20 <i>X-banner</i> ECAD	39
Gambar III.21 Tampilan blog ECAD.....	40
Gambar III.22 Tampilan facebook ECAD	40
Gambar IV.1 Contoh fotografi.....	56
Gambar IV.2 Huruf Helvetica 95.....	57
Gambar IV.3 Huruf AHDN.....	57
Gambar IV.4 Huruf Eras Demi ITC.....	58
Gambar IV.5 Skema warna utama	58
Gambar IV.6 Skema warna pendukung	60

Gambar IV.7 Desain <i>flyer</i>	66
Gambar IV.8 <i>Digital poster</i> untuk sepatu wanita.....	67
Gambar IV.9 <i>Digital poster</i> untuk sepatu pria.....	67
Gambar IV.10 Iklan Majalah.....	68
Gambar IV.11 <i>X-banner</i>	68
Gambar IV.12 Desain Katalog.....	69
Gambar IV.13 Desain Katalog.....	69
Gambar IV.14 <i>Website</i>	70
Gambar IV.15 Desain <i>Social Media</i>	71
Gambar IV.16 Desain <i>Social Media</i>	71
Gambar IV.17 <i>Goodie bag</i>	72
Gambar IV.18 Kain lap sepatu.....	72
Gambar IV.19 kotak Sepatu.....	73