

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Ulang Identitas King Muay Thai Camp dan Penerapan Pada Media Promosi” dengan segala kekurangan dan kelebihan. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Program S1 Desain Komunikasi Visual, Telkom Industri Kreatif, Universitas Telkom.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang sangat berjasa dalam penyelesaian Tugas Akhir ini: yaitu:

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen, M.Sn selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Drs. Mohamad Tohir, S. ST., M.Ds selaku dosen penguji 1 atas segala kritik dan masukan untuk Tugas Akhir ini.
3. Bapak Budiman, S.Ds., M.Pd selaku dosen penguji 2 atas segala kritik dan masukan untuk Tugas Akhir ini.
4. Bapak Bambang selaku pihak King Muay Thai Camp Bandung atas segala bantuan yang telah mempermudah penulis dalam pengumpulan data untuk Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini, namun semua ini semata-mata karena keterbatasan penulis. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat.

Bandung, 7 Juli 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup .....	4
1.4 Tujuan Perancangan .....	5
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	6
1.6 Kerangka Perancangan.....	7
1.7 Pembabakan.....	8
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1 Teori Manajemen.....	11
2.1.1 Merek .....	11
2.1.2 Logo .....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa .....	12
2.1.4 Promosi .....	13

2.1.5 Bauran Promosi .....	13
2.1.6 Teori STP .....	15
2.2 Teori Perilaku Konsumen .....	16
2.3 Teori Komunikasi .....	17
2.3.1 Teori Pendekatan .....	17
2.3.2 Teori AISAS .....	18
2.4 Teori Media .....	18
2.5 Teori Desain Komunikasi Visual .....	21
2.5.1 Teori Warna.....	21
2.5.2 Teori Tipografi .....	23
A. Klasifikasi Huruf.....	23
B. Desain Tipografi.....	30
2.5.3 Teori Layout .....	30
2.5.4 Teori Ilustrasi.....	33

### **BAB III DATA DAN ANALISIS**

3.1 Data Perusahaan .....	35
3.2 Data Produk/Jasa .....	36
3.2.1 Thailand.....	36
3.2.2 Bela Diri.....	37
A. Muay Thai.....	38
3.2.3 Produk/Jasa King Muay Thai Camp .....	38
3.3 Logo dan Media Promosi Terdahulu .....	41
3.4 Data Khalayak Sasaran .....	42
3.5 Data Proyek Sejenis .....	49
A. Sabai Muay Thai .....	49
B. Zealot Muay Thai .....	50

C. ChokhDi Muay Thai Camp .....	51
3.6 Hasil Wawancara.....	52
3.6.1 Hasil Wawancara Internal Perusahaan.....	54
3.6.2 Hasil Wawancara Konsumen .....	52
3.7 Matriks SWOT .....	54
3.7.1 Analisis Matriks SWOT.....	55
3.8 Matriks Proyek Sejenis .....	56
3.8.1 Analisis Matriks Proyek Sejenis.....	56
3.9 Matriks Logo .....	57
3.9.1 Analisis Logo Proyek Sejenis Ditinjau dari Teori Logo.....	57
3.9.2 Analisis Logo untuk Penarikan Kesimpulan .....	58
3.9.3 Rangkuman Kesimpulan Analisis Matriks Logo.....	59
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b>	
4.1 Konsep Pesan.....	60
4.2 Konsep Kreatif.....	61
4.3 Konsep Visual .....	64
4.4 Konsep <i>Marketing Communication</i> .....	69
4.5 Konsep Media.....	71
4.6 Anggaran .....	75
4.7 Hasil Perancangan .....	76
4.7.1 Logo King Muay Thai Camp .....	76
4.7.2 Media Promosi King Muay Thai Camp.....	78
4.8 Penerapan Media .....	89
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	90

05.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	<i>Inventory</i> Gaya Hidup .....	17
Tabel 2.2	Makna Warna .....	22
Tabel 3.1	Analisis SWOT .....	55
Tabel 3.2	Matriks Proyek Sejenis .....	56
Tabel 3.3	Analisis Logo Proyek Sejenis Ditinjau dari Teori Logo .....	57
Tabel 3.4	Analisis Logo Penarikan Kesimpulan .....	58
Tabel 4.1	Makna Warna .....	67
Tabel 4.2	Penentuan Media Berdasarkan AISAS .....	70
Tabel 4.3	Konsep Media .....	71
Tabel 4.4	Anggaran .....	75
Tabel 4.5	Penerapan Media .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan .....	7
Gambar 2.1	Font Serif .....	24
Gambar 2.2	Serif Old Style .....	24
Gambar 2.3	Serif Transitional .....	25
Gambar 2.4	Serif Modern .....	25
Gambar 2.5	Serif Egyptian .....	26
Gambar 2.6	Grotesque Sans Serif .....	26
Gambar 2.7	Neo Grotesque Sans Serif .....	27
Gambar 2.8	Humanist Sans Serif .....	27
Gambar 2.9	Geometric Sans Serif .....	28
Gambar 2.10	Formal Script .....	28
Gambar 2.11	Casual Script .....	29
Gambar 2.12	Dekoratif .....	30
Gambar 2.13	Sequence pada Layout .....	31
Gambar 2.14	Emphasis pada Layout .....	31
Gambar 2.15	Keseimbangan Simetris .....	32
Gambar 2.16	Keseimbangan Asimetris .....	32
Gambar 2.17	Unity pada Layout .....	33
Gambar 3.1	Logo Thailand .....	36
Gambar 3.2	Bendera Thailand .....	36
Gambar 3.3	Lambang Negara Thailand .....	37
Gambar 3.4	Alfabet Thailand .....	37
Gambar 3.5	Pintu Masuk King Muay Thai Camp .....	40

Gambar 3.6	Ruang Latihan King Muay Thai Camp .....	41
Gambar 3.7	Perlengkapan King Muay Thai Camp .....	41
Gambar 3.8	Logo King Muay Thai Camp .....	42
Gambar 3.9	Brosur Bagian Belakang .....	42
Gambar 3.10	Brosur Bagian Depan .....	42
Gambar 3.11	X-Banner .....	43
Gambar 3.12	Wanita Dahulu .....	45
Gambar 3.13	Wanita Sekarang .....	46
Gambar 3.14	Salah satu Publik Figur Berlatih Muay Thai .....	47
Gambar 3.15	Jamu Tradisional .....	48
Gambar 3.16	Berlatih di <i>Gym</i> .....	49
Gambar 3.17	Logo Sabai Muay Thai .....	51
Gambar 3.18	Media Promosi Sabai Muay Thai .....	51
Gambar 3.19	Logo Zealot Muay Thai .....	52
Gambar 3.20	Media Promosi Zealot Muay Thai .....	52
Gambar 3.21	Logo Chokhdi Muay Thai Camp .....	53
Gambar 3.22	Media Promosi Chokhdi Muay Thai Camp .....	53
Gambar 3.23	Strategi WO .....	57
Gambar 4.1	Referensi Visual untuk Logotype .....	61
Gambar 4.2	Referensi Visual untuk Logogram .....	62
Gambar 4.3	Ilustrasi .....	64
Gambar 4.4	Thailand Pattern sebagai Referensi Warna .....	65
Gambar 4.5	Warna Utama .....	65
Gambar 4.6	Warna Pendukung .....	66
Gambar 4.7	Warna Ilustrasi .....	66



Gambar 4.8	Font Thailandesa .....	68
Gambar 4.9	Font Kartika .....	68
Gambar 4.10	Font Cambria .....	68
Gambar 4.11	Logo King Muay Thai Camp .....	76
Gambar 4.12	Logo Positif Negatif .....	76
Gambar 4.13	Logo Grid .....	77
Gambar 4.14	Penerapan Logo pada Latar Belakang Hitam .....	77
Gambar 4.15	Plang Nama .....	78
Gambar 4.16	Spanduk .....	78
Gambar 4.17	Poster Attention .....	79
Gambar 4.18	Poster Interest & Action .....	80
Gambar 4.19	X-Banner .....	81
Gambar 4.20	Flyer .....	82
Gambar 4.21	Stiker .....	83
Gambar 4.22	ID Card .....	83
Gambar 4.23	T-Shirt .....	84
Gambar 4.24	Celana .....	85
Gambar 4.25	Handwrap .....	85
Gambar 4.26	Web Banner Home .....	86
Gambar 4.27	Web Banner Program & Prices .....	86
Gambar 4.28	Web Banner Facilities .....	87
Gambar 4.29	Web Banner Contact .....	87
Gambar 4.30	Facebook Banner .....	88
Gambar 4.31	Twitter Banner .....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

Wawancara Mendalam Internal Perusahaan .....	93
Wawancara Terstruktur dengan Konsumen .....	94
Data Survey .....	98
Sketsa Manual .....	100
Sketsa Digital .....	109