

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan. Dalam pengantar karya tugas akhir ini penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna.

Pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, masukan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT untuk semua kemudahan dan pertolongan-Nya.
2. Kedua orang tua penulis Bapak Ir. Maman Suparman dan Tati Hartati yang senantiasa memberikan dukungan semangat moriil dan finansial serta kepercayaan dan doa secara terus menerus
3. Bapak Didit Widiatmoko, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Telkom University
4. Kepada Dosen pembimbing, Bapak Aris Rahmansyah, S.Sn, M.ds, yang bersedia meluangkan waktunya serta selalu memberikan saran dan masukan untuk kelancaran karya tugas akhir ini.
5. Dosen-dosen penguji, Bapak Jerry Dounald Rahajaan, S.Sn, M.Sn, Bapak Teddy Hendiawan, S.Sn, M.Sn, dan Bapak Riksa Belasunda Drs, S.St, M.Ds atas masukan dan motivasi untuk perbaikan penulisan dan perancangan karya Tugas Akhir ini.
6. Joko Dwi Prasetyo yang selalu memberi dukungan dan motivasi dalam pengerjaan karya tugas akhir ini.
7. Teman-teman angkatan 2010, khususnya Rischa Pramanix, Ghea Andarini, Vera Marisna, dan Annisa Aulia yang saling membantu dalam penyelsaian Karya tugas akhir ini.
8. Dan semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga segala sesuatu yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Bandung, 27 Juni 2014  
Penanggung jawab Yudiris/ Penulis

Risma Gantini Suparman  
1401100156

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR SKEMA.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup Masalah.....	4
1.5 Tujuan Perancangan .....	5
1.6 Metode Pengumpulan data dan Analisis .....	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.7 Kerangka Perancangan .....	7
1.8 Pembabakan.....	8
<b>BAB II. DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Tujuan Promosi.....	9
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	10
2.1.3 Bauran Promosi.....	11
2.2 <i>Softsell</i> .....	11
2.3 <i>Advergame</i> .....	12
2.4 Media .....	14
2.4.1 Unsur-unsur Media dalam <i>Game</i> .....	15

2.5	<i>Game</i> .....	18
2.5.1	Kategori <i>Game</i> .....	19
2.6	<i>Game</i> Simulasi.....	21
2.6.1	Jenis-jenis <i>game</i> simulasi .....	22
2.7	Perilaku Konsumen Remaja .....	23
2.8	Analisis dan Matriks SWOT.....	24
<b>BAB III. DATA DAN ANALISIS</b>		
3.1	Data.....	26
3.1.1	PT. Campina <i>Ice Cream Industry</i> .....	26
3.1.2	Concerto.....	29
3.1.3	Data Proyek Sejenis.....	31
3.1.4	Data Khalayak Sasaran .....	34
3.1.5	Hasil Perolehan Data .....	35
3.2	Analisis .....	38
3.2.1	Analisis perbandingan Kompetitor .....	38
3.2.2	Analisis SWOT.....	41
3.2.3	Matriks SWOT Campina .....	42
<b>BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b>		
4.1	Konsep Pesan.....	44
4.2	Konsep Kreatif.....	46
4.2.1	Strategi Konten .....	47
4.3	Konsep Media.....	51
4.3.1	Media Utama .....	51
4.3.2	Media Pendukung .....	51
4.4	Konsep Visual.....	52
4.4.1	Studi Karakter.....	52
4.4.2	Studi Bentuk .....	53
4.4.3	Studi Warna .....	54
4.4.4	Tipografi .....	55
4.4.5	Studi Background .....	56
4.4.6	Studi <i>Graphic User Interface</i> .....	57
4.5	Hasil Perancangan .....	57

4.5.1	Pra Produksi.....	57
4.5.2	Produksi.....	65
4.5.3	Pasca Produksi.....	72
BAB V. PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	80
5.2.1	Bagi Akademik.....	80
5.2.2	Bagi Perusahaan.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Logo Campina .....	26
Gambar 3.2.	<i>Ice cream cup</i> Campina .....	27
Gambar 3.3.	<i>Ice cream stick</i> Campina .....	27
Gambar 3.4.	<i>Ice cream cone</i> Campina .....	28
Gambar 3.5.	<i>Ice cream family pack</i> Campina .....	28
Gambar 3.6.	Logo Concerto .....	29
Gambar 3.7.	Varian rasa Concerto .....	29
Gambar 3.8.	Mc Donalds <i>Video game home</i> .....	31
Gambar 3.9.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i> .....	31
Gambar 3.10.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i> .....	32
Gambar 3.11.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i> .....	32
Gambar 3.12.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i> .....	33
Gambar 3.13.	Mc Donalds <i>Video game tutorial</i> .....	33
Gambar 3.14.	Grafik minat remaja terhadap merek es krim .....	36
Gambar 3.15.	Grafik remaja pengguna <i>gadget/smartphone</i> .....	36
Gambar 3.16.	Grafik Kebiasaan remaja menggunakan <i>gadget/smartphone</i> .....	37
Gambar 4.1.	Studi Karakter tipe pembeli .....	53
Gambar 4.2.	Studi Karakter ekspresi wajah.....	53
Gambar 4.3.	Studi bentuk tombol game.....	53
Gambar 4.4.	Studi bentuk objek dalam game .....	54
Gambar 4.5.	Skema warna utama .....	54
Gambar 4.6.	Skema warna pendukung.....	55
Gambar 4.7.	<i>Typeface</i> Bubblegum .....	55
Gambar 4.8.	<i>Typeface</i> Comfortaa bold .....	56
Gambar 4.9.	Studi visual <i>background</i> .....	56
Gambar 4.10.	Referensi <i>Graphic User Interface</i> .....	57
Gambar 4.11.	Logo <i>game</i> Campina Ice Cream Truck .....	65
Gambar 4.12.	Karakter <i>Basic Customers</i> Perempuan.....	66
Gambar 4.13.	Karakter <i>Basic Customers</i> Laki-laki .....	67
Gambar 4.14.	<i>Interface Loading page</i> .....	68

Gambar 4.15. <i>Interface main menu</i> .....	68
Gambar 4.16. <i>Interface play mode</i> .....	69
Gambar 4.17. <i>Interface fitur toko</i> .....	69
Gambar 4.18. <i>Interface fitur special gift</i> .....	70
Gambar 4.19. <i>Interface Reward special gift</i> .....	70
Gambar 4.20. <i>Interface Time's up/ game end</i> .....	71
Gambar 4.21. <i>Interface persediaan</i> .....	71
Gambar 4.22. <i>Desain iklan Banner Mobile</i> .....	72
Gambar 4.23. <i>Desain tampilan header Fan Page Facebook</i> .....	72
Gambar 4.24. <i>Desain Sticker</i> .....	73
Gambar 4.25. <i>Desain Wobbler</i> .....	73
Gambar 4.26. <i>Desain T-Shirt</i> .....	74
Gambar 4.27. <i>Desain Mug</i> .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pangsa Pasar Industri Eskrim di Indonesia .....	2
Tabel 2.1.	Warna berdasarkan respon psikologis .....	16
Tabel 3.1.	Analisa Perbandingan Kompetitor dari segi produk .....	38
Tabel 3.2.	Analisa Perbandingan Kompetitor dari segi kemasan.....	39
Tabel 3.3.	Analisa Perbandingan Kompetitor dari segi promosi.....	40
Tabel 3.4.	Analisa SWOT Produk Campina Concerto .....	41
Tabel 3.5.	Matriks SO-OW-TS-TW Produk Campina Concerto .....	42
Tabel 4.1.	<i>Game Design Document Game</i> “Campina Ice cream Truck” .....	58
Tabel 4.2.	<i>Wireframe</i> “Campina Ice cream Truck” .....	63
Tabel 4.3.	Timeline pemasaran media dengan metode AISAS .....	75
Tabel 4.4.	Tahap pengenalan <i>game</i> .....	76
Tabel 4.5.	Tahap pertumbuhan <i>game</i> .....	77
Tabel 4.6.	Tahap pematangan <i>game</i> .....	78



## DAFTAR SKEMA

Skema 1.1.	Skema Kerangka Perancangan .....	7
Skema 2.1.	<i>Promotional mix</i> .....	11
Skema 4.1	<i>Flowchart Campina Ice Cream Truck</i> .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar pertanyaan Kuesioner .....	85
Lampiran 2.	Daftar pertanyaan Kuesioner .....	86
Lampiran 3.	Grafik ringkasan Kuesioner .....	87
Lampiran 4.	Grafik ringkasan Kuesioner .....	88
Lampiran 5.	Grafik ringkasan Kuesioner .....	89
Lampiran 6.	Grafik ringkasan Kuesioner .....	89
Lampiran 7	Daftar pertanyaan Wawancara .....	90