

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 Deddy Yunarto dan Ibu Anna Purnamawati 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) Universitas Telkom
4. Kepada Dosen pembimbing, Bapak Syarip Hidayat, yang bersedia meluangkan waktunya serta selalu memberikan saran dan masukan untuk kelancaran karya tugas akhir ini.
5. Dosen-dosen penguji, Bapak Novian Denny Nugraha, Bapak Ricky Siswanto, dan Bapak Arry Mustikawan, atas masukan dan motivasi untuk perbaikan penulisan dan perancangan karya Tugas Akhir ini.
6. Febby Pratama yang selalu memberi dukungan dan motivasi dalam pengerjaan karya tugas akhir ini.
7. Rekan-rekan Obs! Clothes dan teman-teman SBM ITB yang turut membantu dalam merancang karya Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman angkatan 2010, khususnya Grace Elisha, Ghea Andarini, Vera Marisna, Ria Risti, Siti Badryah, Syifa Fauzia, Bagus Permadi, Randy Samuel, Kartika Kusumadewi, dan Aisyah yang saling membantu dalam penyelesaian Karya tugas akhir ini.

9. Bapak Yan, pemilik Rumah Makan Kehidupan yang sudah mengizinkan penulis untuk merancang promosi rumah makan.
10. Bapak Ilhamsyah, yang turut membantu dalam memberi masukan atas perancangan promosi ini.
11. IMAGI
12. 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

Annisa Aulia Adhana
1401100015

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan	2
1.2.1. Identifikasi Masalah	2
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	3
1.4. Tujuan Perancangan	4
1.5. Metode Penelitian	4
1.5.1. Metode Pengumpulan Data	4
1.5.2. Metode Analisis Data	5
1.6. Kerangka Perancangan	6
1.7. Pembabakan.....	6

BAB II. DASAR PEMIKIRAN

2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu	8
2.1.1 Proses Komunikasi Pemasaran	9
2.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Kegiatan IMC	10
2.2 Promosi.....	11
2.2.1 Tujuan Promosi.....	12
2.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	13
2.4 Periklanan.....	17
2.4.1 Peran Iklan	18
2.4.2 Pesan Iklan.....	19

2.5. Logo.....	21
2.6. Media.....	21
2.6.1 Desain Komunikasi Visual	24
2.7. Psikologi.....	31
2.7.1 Psikologi Masa Anak-Anak Awal (Usia 4-6 Tahun).....	31
2.7.2 Psikologi Masa Dewasa (Usia 35-45 Tahun)	32
2.8. SWOT.....	33
2.9. AISAS.....	34

BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data.....	36
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek	36
3.1.2 Data Produk	39
3.1.3 Data Khalayak Sasaran	40
3.1.4 Data Proyek Sejenis	43
3.1.5 Data Hasil Observasi	48
3.1.6 Data Hasil Wawancara	49
3.1.7 Data Hasil Kuesioner	50
3.2. Analisis	51
3.2.1 Analisis Kompetitor.....	51
3.2.2 Analisis Matriks SWOT	53
3.2.3 Analisis Proyek Sejenis	57

BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1 Konsep.....	61
4.1.1 Konsep Pesan.....	61
4.1.2 Konsep Kreatif.....	63
4.1.3 Konsep Media.....	70
4.1.4 Konsep Visual.....	76
4.2. Hasil Perancangan	82
4.2.1 Logo Nacil	82
4.2.2 Karakter	84

4.2.3	<i>Plate mat</i>	89
4.2.4	Kemasan makanan	93
4.2.5	Kemasan boneka	94
4.2.6	Boneka karakter	94
4.2.7	<i>Flyer</i>	95
4.2.8	<i>On-premise sign</i>	95
4.2.9	<i>X-banner</i>	96
4.2.10	Sosial media	97

BAB V. PENUTUP

5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	101

DAFTAR PUSTAKA	102
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	104
-----------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Kerangka Perancangan	6
Gambar 2.1.	Skema proses komunikasi pemasaran	9
Gambar 2.2.	Strategi kupon.....	15
Gambar 2.3.	Strategi premium	15
Gambar 2.4.	Strategi <i>specialty</i>	15
Gambar 2.5.	Strategi <i>product sampling</i>	16
Gambar 2.6.	Strategi kontes	16
Gambar 2.7.	Strategi undian.....	16
Gambar 2.8.	Strategi <i>point of purchase</i>	17
Gambar 2.9.	Golongan-golongan warna	29
Gambar 2.10.	Warna panas dan warna dingin.....	30
Gambar 3.1.	Logo Rumah Makan “Kehidupan”	36
Gambar 3.2.	Fasilitas Rumah Makan “Kehidupan”	37
Gambar 3.3.	Dekorasi Rumah Makan “Kehidupan”	37
Gambar 3.4.	Jalur antrian Rumah Makan “Kehidupan”	38
Gambar 3.5.	Interior Rumah Makan “Kehidupan”	38
Gambar 3.6.	Menu-menu prasmanan Rumah Makan “Kehidupan”	39
Gambar 3.7.	Poster acara seminar dan bazaar Go Green Vegan Cafe	43
Gambar 3.8.	Poster acara Ahimsa Vegetarian Restaurant	44
Gambar 3.9.	Logo Happy Meal	45
Gambar 3.10.	Kemasan Happy Meal	45
Gambar 3.11.	Koleksi mainan Furby dan TMNT dari Happy Meal	46
Gambar 3.12.	Logo Kidzu Bento	46
Gambar 3.13.	Kemasan Kidzu Bento.....	47
Gambar 3.14.	Koleksi mainan lego bajak laut dari Kidzu Bento.....	47
Gambar 4.1.	Brokoli, wortel, tomat.....	65
Gambar 4.2.	<i>Clay</i>	65
Gambar 4.3.	Anak-anak pra-sekolah bermain <i>clay</i>	66
Gambar 4.4.	Jamur	67
Gambar 4.5.	Buncis	67

Gambar 4.6.	Wortel	67
Gambar 4.7.	Brokoli	68
Gambar 4.8.	Anpanman dengan property <i>superheronya</i>	68
Gambar 4.9.	Ikat pinggang <i>superhero</i>	69
Gambar 4.10.	Sepatu <i>boots superhero</i>	69
Gambar 4.11.	Sarung tangan <i>superhero</i>	69
Gambar 4.12.	Celana <i>superhero</i>	70
Gambar 4.13.	Pelangi, awan, matahari, dan langit cerah	76
Gambar 4.14.	Sinar	76
Gambar 4.15.	Bunga	77
Gambar 4.16.	Ekspresi ceria	77
Gambar 4.17.	<i>Font Babycakes</i>	78
Gambar 4.18.	<i>Font Cookies</i>	79
Gambar 4.19.	<i>Font Arial Rounded MT Bold</i>	79
Gambar 4.20.	Referensi warna pada sayuran	80
Gambar 4.21.	Referensi warna pada anak-anak	80
Gambar 4.22.	Skema warna utama pada logo	81
Gambar 4.23.	Skema warna utama pada wortel dan brokoli	81
Gambar 4.24.	Skema warna utama pada jamur dan buncis	81
Gambar 4.25.	Skema warna pendukung	82
Gambar 4.26.	Sketsa logo Nacil	82
Gambar 4.27.	Warna-warna yang dipilih untuk logo	82
Gambar 4.28.	Pengaplikasian warna dan <i>font</i> pada logo nacil	83
Gambar 4.29.	Perubahan bentuk huruf “i” ke bentuk wortel	83
Gambar 4.30.	Hasil logo nacil	83
Gambar 4.31.	Hasil akhir logo nacil	84
Gambar 4.32.	Referensi visual Karota	84
Gambar 4.33.	Sketsa dan hasil perancangan Karota	84
Gambar 4.34.	Tampak depan, samping, belakang, $\frac{3}{4}$ karota	85
Gambar 4.35.	Referensi visual Broki	85
Gambar 4.36.	Sketsa dan hasil perancangan Broki	86
Gambar 4.37.	Tampak depan, samping, belakang, $\frac{3}{4}$ Broki	86

Gambar 4.38. Referensi visual Jemi.....	87
Gambar 4.39. Sketsa dan hasil perancangan Jemi.....	87
Gambar 4.40. Tampak depan, samping, belakang, $\frac{3}{4}$ Jemi.....	87
Gambar 4.41. Referensi visual Beni.....	88
Gambar 4.42. Sketsa dan hasil perancangan Beni.....	88
Gambar 4.43. Tampak depan, samping, belakang, $\frac{3}{4}$ Beni.....	88
Gambar 4.44. Referensi visual permainan mencari perbedaan.....	89
Gambar 4.45. Referensi visual permainan mencari perbedaan.....	89
Gambar 4.46. Hasil akhir permainan mencari perbedaan.....	90
Gambar 4.47. Referensi visual permainan labirin.....	90
Gambar 4.48. Hasil akhir permainan labirin.....	90
Gambar 4.49. Referensi visual permainan menghitung pohon yang tumbang	91
Gambar 4.50. Referensi visual permainan menghitung pohon yang tumbang	91
Gambar 4.51. Hasil akhir permainan menghitung pohon tumbang.....	92
Gambar 4.52. Referensi visual permainan mencari bayangan.....	92
Gambar 4.53. Referensi visual alat-alat olahraga.....	92
Gambar 4.54. Hasil akhir permainan mencari bayangan.....	93
Gambar 4.55. Kemasan makanan.....	93
Gambar 4.56. Kemasan boneka.....	94
Gambar 4.57. Boneka karakter.....	94
Gambar 4.58. <i>Flyer</i>	95
Gambar 4.59. <i>On-premise sign</i>	95
Gambar 4.60. Pengaplikasian <i>on-premise sign</i>	96
Gambar 4.61. <i>X-banner</i>	96
Gambar 4.62. Pengaplikasian <i>x-banner</i>	97
Gambar 4.63. <i>Fan page</i> nacil di Facebook.....	97
Gambar 4.64. Twitter Nacil.....	97
Gambar 4.65. LINE ID nacil.....	97
Gambar 4.66. Whatsapp Nacil.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Tabel hasil kuesioner	51
Tabel 3.2.	Matriks perbandingan kompetitor	52
Tabel 3.3.	Matriks SWOT Rumah Makan “Kehidupan”	53
Tabel 3.4.	Pembuatan konsep berdasarkan pilihan kombinasi Pe-Lem	56
Tabel 3.5.	Matriks proyek sejenis.....	59
Tabel 4.1.	Penyampaian pesan dengan AISAS	62
Tabel 4.2.	Pendekatan media	64
Tabel 4.3.	<i>Timeline</i> media	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar pertanyaan Kuesioner	103
Lampiran 2.	Daftar pertanyaan wawancara kepada pemilik rumah makan ...	105
Lampiran 3.	Daftar pertanyaan wawancara kepada Dinkes.....	105
Lampiran 4.	Grafik penjualan di Rumah Makan “Kehidupan”	106
Lampiran 5.	Tabel daftar penyakit tahun 2013 di Bandung	106
Lampiran 6.	Sketsa logo dan karakter.....	107
Lampiran 7.	Target penjualan nacil di Rumah Makan “Kehidupan”	107