

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa , atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penuli dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “PERANCANGAN APLIKASI MY30RUN SEBAGAI BAGIAN DARI KAMPANYE PROMOSI PRODUK MIZONE” . Penulisan pengantar ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menjalani ujian siding tugas akhir pada program Desain Komunikasi Visual Telkom University.

Selama masa penyusunan tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, baik berupa moril maupun materil dari berbagai pihak, yang sudah tanpa pamrih mengiringi tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang tanpa rahmat-Nya penulis tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan semangat moril, perhatian kepada penulis.
3. Bapak Ilhamsyah S.Sn, M.Ds, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Ira Wirasari S.Sos, M.Ds, Ibu Siti Deshinta S.Sn, M.Sn dan Pak Gandara Permana S.Sn selaku dosen penguji yang selalu memberikan masukan terhadap penulis.
5. Sahabat-sahabat penulis yang selalu berjuang bersama penulis khususnya kepada Yudha Trisna Aria, Shelly Gabrina Sani, Ira Mayang Sari, Hulda Kezia, Andhita Putri, Nabilah Ikbar, Faishal Abdllah dan Sambas Nugraha yang telah ada disamping penulis dikala suka dan duka
6. Kepada Fadliyati Ulya yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman angkatan 2010 dan teman-teman yang telah mendukung secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.

Dengan seluruh kerendahan hati, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada seluruh orang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya Semoga amal kebaikan mereka mendapat imbalan berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.

Bandung, 04 Juli 2014

Indira Vania Mukti

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.7 Kerangka Berfikir .....	7
Tabel 3.3 (1) Persentase Pengetahuan dan Manfaat Lari .....	51
Tabel 3.3 (2) Khalayak Sasaran yang Melakukan & Tidak Melakukan Lari Tiap Minggu.....	51
Tabel 3.3 (3) Analisis AOI .....	53
Tabel 3.4.1 (1) <i>Beginner Program</i> .....	56
Tabel 3.4.1 (2) <i>Run-Walk Program</i> .....	56
Tabel 3.4.2 (1) <i>User Interface</i> .....	57
Tabel 3.4.2 (2) <i>Flat Design Icons</i> .....	58
Tabel 3.4.3 (1) Matriks Analisa SWOT .....	60
Tabel 3.4.4 (1) Analisis Kegiatan Sejenis .....	63
Tabel 3.4.4 (2) Analisis SWOT Terhadap Kegiatan Sejenis .....	64
Tabel 3.4.4 (3) Analisis Media Terhadap Teori Desain .....	67
Tabel 3.5 (1) Skema AIDA .....	67
Tabel 4.1.4 (1) <i>Timeline Media</i> .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.8 (1) Piramida Kesadaran Merek .....	20
Gambar 2.13.1 (1) Warna .....	30
Gambar 2.13.2 (2) Model <i>Layout Top Index</i> .....	32
Gambar 2.13.2 (3) Model <i>Layout Bottom Index</i> .....	32
Gambar 2.13.2 (4) Model <i>Layout Left Index</i> .....	33
Gambar 2.13.2 (5) Model <i>Layout Right Index</i> .....	33
Gambar 2.13.2 (6) Model <i>Layout Split-Left</i> .....	34
Gambar 2.13.2 (7) Model <i>Layout Top-Bottom</i> .....	34
Gambar 2.13.2 (8) Model <i>Layout Alternating Index</i> .....	35
Gambar 3.1.2 (1) Produk Mizone .....	44
Gambar 3.2 (1) Produk Pocari Sweat .....	48
Gambar 3.2 (2) Aplikasi Go Sweat Go Ion.....	48
Gambar 3.2 (3) Produk Anlene.....	49
Gambar 3.2 (4) Anlene Generasi Bergerak Warna.....	49
Gambar 3.3 (4) <i>Survey Marketeers</i> .....	56
Gambar 3.3 (5) <i>Survey Marketeers</i> .....	57
Gambar 4.1.6 (1) Lapangan Lari.....	79
Gambar 4.1.6 (2) Angka 30 .....	80
Gambar 4.1.6 (3) Logo Mizone .....	80
Gambar 4.1.6 (4) Gaya Gambar.....	81
Gambar 4.1.6 (5) Model <i>Layout Left Index</i> .....	81

Gambar 4.1.6 (6) <i>Font Open Sans Regular</i> .....	81
Gambar 4.1.6 (7) <i>Font Open Sans Light</i> .....	82
Gambar 4.1.6 (8) Skema Logo Utama MY30RUN.....	82
Gambar 4.2.1 (1) Logo Aplikasi MY30RUN.....	83
Gambar 4.2.2 (1) <i>Interface Aplikasi</i> .....	83
Gambar 4.2.3 (1) Poster.....	87
Gambar 4.2.4 (1) <i>Print Ads</i> .....	88
Gambar 4.2.5 (1) <i>Vanding Machine</i> .....	89
Gambar 4.2.6 (1) QR Code.....	90
Gambar 4.2.7 (1) <i>Rich Banner</i> .....	91
Gambar 4.2.8 (1) Sosial Media.....	92
Gambar 4.2.9 (1) <i>Merchandise</i> .....	93

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
<b>BAB I. LATAR BELAKANG</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Ruang Lingkup .....	4
1.5 Tujuan Perancangan .....	4
1.6 Metode Penelitian .....	4
1.7 Metode Pengumpulan Data .....	5
1.8 Kerangka Berfikir.....	6
1.9 Pembabakan.....	8
<b>BAB II. DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kampanye Periklanan .....	8
2.1.1 Kampanye .....	8
2.1.1.1 Sifat & Ciri Kampanye .....	8
2.1.1.2 Jenis-Jenis Kampanye .....	9
2.1.1.3 Pesan Kampanye .....	9
2.1.1.4 Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye .....	10
2.1.1.5 Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye .....	10
2.1.2 Periklanan .....	11
2.2 Promosi.....	12
2.2.1 Promosi Penjualan .....	12
2.3 <i>Internet Advertising</i> .....	13
2.3.1 Jenis-Jenis <i>Internet Advertising</i> .....	14
2.4 <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	15

2.5	Proses Komunikasi Pemasaran.....	15
2.5.1	Perencanaan Pemasaran.....	16
2.6	Perilaku Konsumen .....	18
2.6.1	Proses Keputusan Konsumen .....	18
2.7	Strategi Pengembangan Merek.....	19
2.8	<i>Brand Awareness</i> .....	19
2.9	Strategi Kreatif .....	20
2.10	Media .....	21
2.10.1	Pemilihan Media.....	22
2.10.2	Strategi Media .....	23
2.11	Media dan Teknologi .....	24
2.11.1	Internet.....	25
2.11.2	<i>Mobile Phone</i> .....	25
2.12	Aplikasi <i>Mobile</i> .....	25
2.12.1	<i>User Interface</i> .....	25
2.13	Desain Komunikasi Visual.....	26
2.13.1	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual .....	27
2.14	Prinsip Desain Web .....	37
2.15	Hidup Sehat .....	38
2.16	Pengertian Olahraga .....	38
2.16.1	Olahraga Kesehatan.....	38
2.16.2	Manfaat Olahraga .....	39
2.16.3	Lari .....	40
<b>BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH</b>		
3.1	Data Institusi.....	43
3.1.1	<i>Profile</i> Produk Mizone .....	43
3.1.2	<i>Profile</i> Perusahaan, Data Produk, Data Objek .....	43
3.1.3	Data Khalayak Sasaran.....	45
3.2	Data Kegiatan Sejenis .....	47
3.3	Data Hasil Wawancara, Kuisisioner, Observasi .....	50
3.4	Analisis.....	55
3.4.1	Analisis Data Objek.....	55
3.4.2	Analisis Visual Produk.....	57
3.4.3	Analisis SWOT.....	58

3.1.3 Analisis Kegiatan Sejenis .....	63
3.5 AIDA .....	67
3.6 AISAS .....	68
<b>BAB IV. KONSEP &amp; HASIL PERANCANGAN</b>	
4.1 Konsep Perancangan .....	70
4.1.1 Konsep Komunikasi .....	70
4.1.2 Konsep Pesan .....	70
4.1.3 Konsep Kreatif .....	72
4.1.3.1 Konsep Kreatif Konten .....	74
4.1.4 Konsep Media .....	76
4.1.5 Konsep Visual .....	79
4.2 Hasil Perancangan .....	83
4.2.1 Logo Aplikasi MY30RUN .....	83
4.2.2 <i>Interface</i> Aplikasi .....	85
4.2.3 Poster .....	87
4.2.4 <i>Print Ads</i> .....	88
4.2.5 <i>Vanding Machine</i> .....	89
4.2.6 <i>QR Code</i> .....	90
4.2.7 <i>Rich Banner</i> .....	91
4.2.8 Sosial Media .....	92
4.2.9 <i>Merchandise</i> .....	93
<b>BAB V. KESIMPULAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN .....	97