

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

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
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
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
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
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
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
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	90

05.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	xiv

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