

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir hingga tuntas. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat kelulusan program akademik S1 Desain Komunikasi Visual di Sekolah Industri Kreatif Universitas Telkom.

Dengan selesainya laporan magang ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko Drs.,M.Sn. selaku ketua program studi DKV Sekolah Industri Kreatif Universitas Telkom.
2. Bapak Donny Trihanondo S.Ds., M.Ds. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir DKV Universitas Telkom.
3. Bapak Dicky Hidayat S.Sn., M.Ds. dan Bapak Yanuar Rahman S.Ds., M.Ds. selaku dosen penguji Tugas Akhir DKV Universitas Telkom.
4. Biline Space selaku tempat dan objek penelitian Tugas Akhir DKV Universitas Telkom.
5. Bapak Brynerio, Bapak Adhi Setyo Santoso, dan Ibu Sefezy Fandini serta semua narasumber yang bersedia memberikan informasi untuk pembuatan Tugas Akhir DKV Universitas Telkom.

Meskipun penulis telah menyusun laporan ini dengan sebaik-baiknya, penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan masukan serta kritikan konstruktif agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua.

Penulis berharap semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca serta pecinta ilmu pengetahuan pada umumnya.

Azhar Lazuardi

Bandung, 25 Juni 2014

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	ivv
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	5
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis.....	6
1.7 Kerangka Penelitian.....	9
1.8 Pembabakan.....	10
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b> .....	11
2.1 Pemasaran.....	11
2.1.1 STP.....	11
2.1.2 SWOT.....	14
2.1.3 Penyajian Data Matriks. ....	15
2.1.4 Matriks SWOT.....	16
2.1.5 Marketing Mix.....	18
2.1.6 IMC.....	18
2.1.7 Diferensiasi Produk.....	19
2.1.8 Promosi.....	20
2.2 Media Promosi.....	21

2.2.1 Produk Baru.....	21
2.2.2 Jenis-Jenis Media.....	22
2.2.3 Karakteristik Media.....	23
2.2.4 Komunikasi Massa..... 2.2.5	25
<i>Website</i> .....	26
2.2.6 <i>Merchadise</i> .....	27
2.3 Komunikasi.....	27
2.3.1 AISAS.....	28
2.4 Desain.....	28
2.4.1 Desain Komunikasi Visual.....	28
2.4.2 Desain Modern.....	29
2.4.3 Desain Modern Di Indonesia.....	29
2.4.4 Visual.....	30
2.4.5 Desain Berbasis Vektor dan Bitmap.....	31
2.4.6 Tipografi.....	33
2.4.7 Warna.....	35
2.4.8 <i>Layout</i> .....	37
2.4.9 <i>Video</i> .....	38

<b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH</b> .....	41
3.1 Data.....	41
3.1.1 Profil Biline Space.....	41
3.1.2 Produk dan Jasa. ....	42
3.1.3 Media Promosi Biline Space.....	48
3.1.4 Khalayak Sasaran Biline Space .....	49
3.1.5 Fakta dan Fenomena.....	52
3.1.6 Hasil Wawancara .....	53
3.1.7 Data Pesaing <i>Coworking Space</i> Lain.....	55
3.1.8 Media Promosi Yang Memakai Desain <i>Modern</i> .....	64
3.2 Analisis.....	73
3.2.1 Matriks Media Promosi Yang Memakai Desain <i>Modern</i>	73
3.2.2 Matriks Media Promosi <i>Coworking Space</i> .....	78
3.2.3 SWOT Biline Space.....	81

3.2.4 Matriks SWOT Biline Space .....	82
3.2.5 Analisis Matriks SWOT Biline Space .....	84
3.3 Kesimpulan Analisis.....	86
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>87</b>
4.1 Konsep Pesan. ....	87
4.1.1 Tujuan.....	87
4.1.2 Sasaran Komunikasi.....	88
4.1.3 Strategi Komunikasi.....	88
4.2 Konsep Kreatif .....	89
4.3 Konsep Media.....	90
4.3.1 Media Yang Dipakai.....	91
4.4 Konsep Visual.....	92
4.4.1 <i>Art Work</i> .....	92
4.4.2 <i>Warna</i> .....	94
4.4.3 <i>Tipografi</i> .....	95
4.4.4 <i>Layout</i> .....	95
4.5 Biaya Promosi.....	101
4.6 Penjadwalan Media Promosi.....	103
4.7 Hasil Perancangan.....	104
4.7.1 <i>Photo Posting</i> .....	104
4.7.2 <i>Website</i> .....	109
4.7.3 <i>Social Media</i> .....	112
4.7.4 <i>Flyer</i> .....	114
4.7.5 <i>Pricelist</i> .....	116
4.7.6 <i>Iklan Majalah</i> .....	118
4.7.7 <i>ID Card</i> .....	119
4.7.8 <i>X-banner</i> .....	120
4.7.9 <i>T-shirt</i> .....	122
4.7.10 <i>Jam Dinding</i> .....	122
4.7.11 <i>Sticker</i> .....	124
4.7.12 <i>Name Board</i> .....	125
4.7.13 <i>Voucher</i> .....	126

4.7.164Mug.....	127
4.7.15 <i>Notes</i> .....	128
4.7.16 Kalender.....	129
4.7.15 <i>Video</i> .....	131
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	134
<b>LAMPIRAN</b> .....	137
<b>LAMPIRAN UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	158

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kelas Sosial Dan Penghasilan .....	13
Tabel 2.2	Matriks SWOT .....	17
Tabel 2.3	Karakteristik Metode Penjadwalan Media.....	23
Tabel 2.4	Karakteristik Media.....	25
Tabel 3.1	<i>Pricelist</i> Biline Space.....	43
Tabel 3.2	<i>Additonal Service</i> Biline Space.....	43
Tabel 3.3	<i>Pricelist</i> Comma.....	57
Tabel 3.4	<i>Pricelist</i> Code Margonda.....	60
Tabel 3.5	<i>Benefit</i> dari Code Margonda.....	60
Tabel 3.6	Matriks Media Promosi Yang Memakai Desain Modern.....	77
Tabel 3.7	Matriks Media promosi <i>Coworking Space</i> .....	80
Tabel 3.8	Matriks SWOT Bline Space.....	83
Tabel 3.9	Matriks Analisi Matriks SWOT Biline Space.....	85
Tabel 4.1	Tabel Biaya Media Promosi.....	102
Tabel 4.2	Tabel Penjadwalan Media Promosi.....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Penelitian.....	9
Gambar 2.1	SWOT.....	14
Gambar 2.2	Matriks Bentuk Perupa-an Dan ras Wanita Dalam iklan 1950-an .....	17
Gambar 2.3	Old Style.....	34
Gambar 2.4	Modern.....	34
Gambar 2.5	Slab Serif .....	35
Gambar 2.6	Sans Serif .....	35
Gambar 2.7	Warna <i>subtractive</i> (CMYK) dan warna <i>addictive</i> (RGB)...	36
Gambar 3.1	Logo Biline Space.....	41
Gambar 3.2	Ruang <i>Coworking Space</i> .....	44
Gambar 3.3	Ruang <i>Coworking Space</i> .....	44
Gambar 3.4	Ruang Televisi dengan TV Berlangganan.....	45
Gambar 3.5	Ruang Manajemen Biline Space.....	45
Gambar 3.6	<i>Meeting Room</i> Biline Space.....	46
Gambar 3.7	Ruang Sport Bar Biline Space.....	46
Gambar 3.8	<i>Lobby</i> Biline Space.....	47
Gambar 3.9	Pintu Masuk Biline Space.....	47
Gambar 3.10	<i>Website</i> Biline Space.....	48
Gambar 3.11	<i>Fan Page Facebook</i> Biline Space.....	48
Gambar 3.12	Logo Comma.....	57
Gambar 3.13	<i>Website</i> Comma.....	57
Gambar 3.14	<i>Flyer</i> Comma.....	58
Gambar 3.15	<i>White Board</i> Comma.....	58
Gambar 3.16	Facebook <i>Fan Page</i> Comma.....	59
Gambar 3.17	Twitter Comma.....	59
Gambar 3.18	Logo Code Margonda.....	60
Gambar 3.19	<i>Website</i> Code Margonda.....	61
Gambar 3.20	<i>Flyer</i> Code Margonda.....	61
Gambar 3.21	<i>X-banner</i> Code Margonda.....	61

Gambar 3.22	Facebook <i>Fan Page</i> Code Margonda.....	62
Gambar 3.23	Twitter Code Margonda.....	62
Gambar 3.24	Logo Hacker Space.....	63
Gambar 3.25	<i>Website</i> Hacker Space.....	63
Gambar 3.26	Poster Hacker Space.....	63
Gambar 3.27	Twitter Hacker Space.....	64
Gambar 3.28	Logo Uniqlo.....	65
Gambar 3.29	<i>Website</i> Uniqlo.....	65
Gambar 3.30	Poster Uniqlo.....	65
Gambar 3.31	<i>Flyer</i> Uniqlo.....	66
Gambar 3.32	Brosur Uniqlo.....	66
Gambar 3.33	<i>Giant Banner</i> Uniqlo.....	66
Gambar 3.34	<i>Billboard</i> Uniqlo.....	67
Gambar 3.35	Logo McDonald's.....	68
Gambar 3.36	Maskot McDonald's.....	68
Gambar 3.37	<i>Website</i> McDonald's.....	69
Gambar 3.38	<i>Billboard</i> McDonald's.....	69
Gambar 3.39	<i>Flyer</i> McDonald's.....	69
Gambar 3.40	Poster McDonald's.....	70
Gambar 3.41	Iklan Media Cetak McDonald's.....	70
Gambar 3.42	<i>Merchandise</i> McDonald's.....	70
Gambar 3.43	Logo Mazda.....	71
Gambar 3.44	<i>Website</i> Mazda Indonesia.....	72
Gambar 3.45	<i>Flyer</i> Mazda.....	72
Gambar 3.46	<i>Pricelist</i> Mazda Dengan Halaman Depan Mazda 2.....	72
Gambar 4.1	Fotografi Pada Media Promosi.....	93
Gambar 4.2	Ilustrasi Pada Media Promosi.....	93
Gambar 4.3	Warna Utama.....	94
Gambar 4.4	Warna Pendukung .....	94
Gambar 4.5	Warna Tambahan.....	94
Gambar 4.6	<i>Font</i> Century Ghotic.....	95
Gambar 4.7	Judul Pada Media Promosi .....	96
Gambar 4.8	<i>Bodytext</i> Pada Media Promosi .....	96



Gambar 4.9	Fotografi Pada Media Promosi .....	97
Gambar 4.10	Ilustrasi Digital Pada Media Promosi .....	97
Gambar 4.11	<i>Margin</i> Pada Media Promosi .....	98
Gambar 4.12	<i>Sequence</i> Pada Media Promosi .....	98
Gambar 4.13	<i>Emphasis</i> Pada Media Promosi .....	99
Gambar 4.14	<i>Balance</i> Pada Media Promosi .....	100
Gambar 4.15	<i>Unity</i> Pada Media Promosi .....	100
Gambar 4.16	Tampilan Detail Ruangan Dan Fasilitas Untuk <i>Posting</i> Facebook dan Twitter.....	105
Gambar 4.17	Tampilan Kegiatan Dan <i>Event</i> Untuk <i>Posting</i> Facebook dan Twitter.....	106
Gambar 4.18	Tampilan <i>Quotes Posting</i> Untuk Facebook dan Twitter.....	106
Gambar 4.19	Tampilan Detail Ruangan Dan Fasilitas Untuk <i>Posting</i> Instagram.....	107
Gambar 4.20	Tampilan Kegiatan Dan <i>Event</i> Untuk <i>Posting</i> Instagram.....	108
Gambar 4.21	Tampilan <i>Quotes Posting</i> Untuk Instagram.....	109
Gambar 4.22	Tampilan Halaman <i>Website</i> Pada Layar Komputer.....	110
Gambar 4.23	Tampilan Halaman <i>Website</i> Secara Keseluruhan.....	111
Gambar 4.24	Tampilan <i>Background</i> Facebook.....	113
Gambar 4.25	Tampilan <i>Background</i> Twitter.....	114
Gambar 4.26	Tampilan Desain <i>Flyer</i> Bagian Depan.....	115
Gambar 4.27	Tampilan Desain <i>Flyer</i> Bagian Belakang.....	116
Gambar 4.28	Tampilan Desain <i>Pricelist</i> .....	117
Gambar 4.29	Tampilan Desain Iklan Majalah.....	118
Gambar 4.30	Tampilan Desain <i>ID Card</i> .....	119
Gambar 4.31	Tampilan Desain <i>X-Banner</i> .....	121
Gambar 4.32	Tampilan Desain <i>T-shirt</i> Tampak Depan Dan Belakang....	122
Gambar 4.33	Tampilan Desain Jam Dinding.....	123
Gambar 4.34	Tampilan Desain <i>Sticker</i> .....	124

Gambar 4.35	Tampilan Desain <i>Name Board</i> .....	125
Gambar 4.36	Tampilan Desain <i>Voucher</i> .....	126
Gambar 4.37	Tampilan Desain <i>Mug</i> .....	127
Gambar 4.38	Tampilan Desain <i>Notes</i> .....	128
Gambar 4.39	Tampilan Desain <i>Packaging</i> Kalender 2015.....	130
Gambar 4.40	Tampilan Desain Kalender 2015.....	130
Gambar 4.41	Tampilan <i>Screen Shot Profile Video</i> Biline Space.....	132

## DAFTAR ISTILAH

*Time-oriented-work*

: Kegiatan bekerja dengan orientasi waktu.

- Home office* : Kegiatan bekerja didalam rumah.
- Start up* : Perusahaan yang belum lama atau baru saja didirikan dan sedang dalam masa pengembangan.
- Word of mouth* : Berita yang menyebar dari satu orang kepada orang lain dengan berbicara atau berbincang secara langsung.
- Blue Ocean Business Competition* : Sebutan bagi sebuah perusahaan atau bidang usaha yang masih jarang atau belum banyak diaplikasikan pada suatu wilayah tertentu