

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang dalam saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa., karena berkat rahmat dan karunia –Nya saya , Henry Hermawan dapat menyelesaikan proyek akhir dan laporan akhir yang berjudul “ Perancangan Brand Action Sports Surfing untuk Anak-Anak“ .

Berkat bantuan yang di terima penulis baik yang berupa bimbingan, nasihat, petunjuk, dukungan maupun dorongan yang sangat membatu pengerjaan dan penulisan laporan akhir ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyapaikan rasa terima kasih dan peenghargaan kepada beberapa pihak diantaranya sebagai berikut :

1. Bapak Novian Denny Nugraha, ACA.,S.Sn.,M.Sn. selaku dosen pembimbing penulis yang selalu bersemangat memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan proyek akhir di TelkomUniversity Bandung ini .
2. Kedua orangtua Oei Kiang Ciang dan Gina Cindrawati beserta Andi Hermawan adik penulis yang penulis cintai yang telah memberikan motivasi, doa, serta dukungan moril kepada penulis selalu dalam pengerjaan tugas akhir ini.
3. Seluruh dosen program studi Desain Komunikasi Visual Telkom University Bandung .
4. Latriany Tampubolon dan Ditha Putri sebagai teman seperjuangan dalam penyusunan tugas akhir yang selalu memberikan semangat, motivasi dan membuat penyusunan tugas akhir ini menjadi menyenangkan.
5. Vicky Deistra, Ida Bagus Wirasatya Diputra, I Wayan Daryatma Putara dan Dhany Zuhri atas motivasinya dan semangatnya sebagai teman penulis yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dalam pembuatan proyek akhir ini.

6. Siska Mardiantai,ACA.,S.Ds dan Paramita Tiur Cahyani Tambunan,ACA.,S.Ds selaku alumni Telkom University Bandung yang memberisaran dan motivasi dalam pengerjaan tugas akhir ini.
7. Teman-teman penulis sebimbingan Lastriany Tampubolon, Falah Muhammad Azhar, Muhammad Luthfi Syauqi dan Marlina Wulandari yang selalu memberikan semangat kepada penulis dan membuat masa penyusunan proyek akhri menjadi menyenangkan.
8. Seluruh Telkom University Bandung yang ikut memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhri.

Penulis menyadarin bahwa laporan proyek akhri ini sama sekali belum sempurna. Oleh karenanya, kritik dan saran dari pembaca sekalian sangat penulis harapkan, sehingga penyusunan proyek akhir ini dapat lebih baik lagi di kemudian hari dan bermanfaat bagi kita semua.

Bandung , 04 Juli 2014

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERUNTUKAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	4
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.4 BATASAN MASALAH.....	4
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.6 MANFAAT PENELITIAN.....	5
1.7 METODE PENELITIAN.....	5
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN.....	6

1.9 KERANGKA BERPIKIR.....	7
----------------------------	---

BAB II: LANDASAN TEORI

2.1 PRODUCT DEVELOPMENT.....	8
2.1.1 BENTUK PENGEMBANGAN PRODUK	8
2.1.2 KERANGKA PENGEMBANGAN PRODUK.....	12
2.1.3 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DALAM PENGEMBANGAN PRODUK	13
2.1.4 STRATEGI PRODUK	14
2.2 BRAND.....	17
2.2.1 RUNAG LINGKUP PENEPAN BRAND.....	17
2.2.2 STRATEGIC BRAND ANALYSIS	17
2.2.3 BRAND IDENTITY.....	18
2.2.4 BRAND STRATEGY.....	18
2.2.5 BRAND ELEMENT.....	19
2.2.6 BRAND NAME	20
2.2.7 LOGO.....	21
2.3 DESAIN GRAFIS	25
2.4 MARKETING	34
2.4.1 SEGMENTASI PASAR.....	34
2.4.2 MARKERTING MIX	35
2.4.3 MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELI.....	36

2.4.4 POSITIONING	37
2.5 PROMOTION.....	37
2.5.1 JENIS-JENIS PROMOSI	38
2.6 MEDIA	42
2.6.1 MEDIA KONUNIKASI.....	42
2.7 BUDAYA.....	44
2.7.1 SUB BUDAYA DAN GAYA HIDUP.....	45
2.8 PERILAKU KONSUMEN	46
2.8.1 VARIABEL-VARIABEL DALAM PERILAKU KONSUMEN	46
2.8.2 PERILAKU KONSUMEN INDONESIA	47
2.8.3 TIPE KONSUMEN	49

BAB III: DATA DAN ANALISA

3.1 ANALISA KOMPETITOR	54
3.2 DATA KELAYAKAN SEGMENT.....	56
3.2.1 ANALISA SWOT KOMPETITOR.....	57
3.3 ANALISA KONSUMEN	59
3.3.1 ANALISA DAYA BELI KONSUMEN.....	60
3.3.2 ANALISA KEINGINAN KONSUMEN	61
3.3.3 ANALISA KELAYAKAN SEGMENT DAN PASAR	63
3.3.4 STUDI TARGET AUDIENS	64
3.4 ANALISA PRODUK	69
3.4.1 ANALISA JENIS-JENIS PAPAN SURFING	72

3.4.2 ANALIAS BAHAN PRODUK.....	74
3.5 ANALISA JENIS-JENIS OMBAK	75
3.6 ANALISA MANFAAT SURFING	75

BAB IV: KONSEP PERANCANGAN

4.1 KONSEP PERANCANG.....	77
4.2 BRAND CETACEA	77
4.3 BIG IDEA.....	79
4.4 SRATEGI KOMUNIKASI.....	80
4.5 STRATEGI POSITIONING	80
4.6 USP & ESP.....	80
4.7 SWOT	81
4.8 STRATEGI KREATIF.....	82
4.9 STUDI PENENTUAN HARGA	83
4.10 STRTEGI MEDIA.....	88
4.11 STRATEGI PEMASARAN	92
4.12 STRATEGI DISTRIBUSI	93
4.13VISUAL KARYA	97
4.14 LOGO CETACEA.....	97
4.15 ILUSTRASI DAN PRODUK	105
4.16 MEDIA UTAMA DAN MEDIA PENDUKUNG	111

BAB V: KESIMPULAN	138
-------------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA.....	139
---------------------	-----

LAMPIRAN	140
----------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategic Brand Analysis	18
Gambar 2.2 Proximity	22
Gambar 2.3 Similiarity	23
Gambar 2.4 Closure	23
Gambar 2.5 Continuity	24
Gambar 2.6 Figure Ground	23
Gambar 2.7 Lingkaran Warna	27
Gambar 3.1 Competitor Dalam Bisnis Yang Sama	56
Gambar 3.2 Competitor Dalam Bisnis Dan Targer Yang Sama	57
Gambar 4.1 Logo Brand Cetacea	98
Gambar 4.2 Komposisi Bentuk Logo	99
Gambar 4.3 Warna Pada Logo Brand Cetacea	100
Gambar 4.4 Logo Brand Cetacea Untuk Kampanye RED	101
Gambar 4.5 Warna Pada Logo Brand Cetacea	102
Gambar 4.6 Tipography Brand Cetacean	102
Gambar 4.7 Bentuk Anacaraka Aksara Bali	103
Gambar4.8 Proses Decoding Anak, Surfing Dan Budaya	105
Gambar 4.9 Ilustrasi Untuk Produk Brand Cetacea	106
Gambar 4.10 Ilustrasi Untuk Produk Brand Cetacea	107
Gambar 4.11 Ilustrasi Untuk Produk Brand Cetacea	107
Gambar 4.12 Ilustrasi Untuk Produk Brand Cetacea	108
Gambar 4.13 Produk T-Shrit.....	109
Gambar 4.14 produk surfboard	110

Gambar 4.15 Paper Bag	111
Gambar 4.16 Hanger	112
Gambar 4.17 Packaging Sepatu Dan Produk Special	112
Gambar 4.18 Web Resmi Brand Cetacean	113
Gambar 4.19 Menu Go Yang Terdapat Pada Menu Bar	114
Gambar 4.20 Halaman Website Produk Dari Brand Cetacea	116
Gambar 4.21 Halaman Website Deskripsi Dari Produk Brand Cetacea	117
Gambar 4.22 Facebook Resmi Brand Cetacea	118
Gambar 4.23 Twitter Resmi Brand Cetacea	118
Gambar 4.24 X-Baner Brand Cetacea	119
Gambar 4.25 Flyer Dan Tempat Flyer Untuk Didepan Kasir Brand Cetacea	120
Gambar 4.26 Poster Brand Cetacea	120
Gambar 4.27 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Amplop	121
Gambar 4.28 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Amplop Ukuran A3	121
Gambar 4.29 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Surat	122
Gambar 4.30 aplikasi logo brand cetacea di kartu kostumer regular	122
Gambar 4.31 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Kartu Nama	123
Gambar 4.32 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Kartu Pegawai	123
Gambar 4.33 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Billboard Jalan Tenkumar	124
Gambar 4.34 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Billboard Depan Store	124
Gambar 4.35 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Umbul-Umbul	125
Gambar 4.36 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Iklan Majalah	125
Gambar 4.37 Aplikasi Logo Di Katalog Brand Cetacea	126
Gambar 4.38 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Baner Website	126

Gambar 4.39 Tempat Gantungan Kunci Khusus	127
Gambar 4.40 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Gantungan Kunci	128
Gambar 4.41 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Flash Disk	128
Gambar 4.42 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Tote Bag	129
Gambar 4.43 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Stiker	129
Gambar 4.44 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Tumbler	130
Gambar 4.45 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Mug	130
Gambar 4.46 Aplikasi Brand Cetacea Di Balon	131
Gambar 4.47 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Mobil Kantor	131
Gambar 4.48 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Mobil Box	132
Gambar 4.49 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Voucher	132
Gambar 4.50 Exhibition Booth Tampak Samping Brand Cetacea	133
Gambar 4.51 Exhibition Booth Brand Cetacea.....	133
Gambar 4.52 Exhibition Booth Brand Cetacea.....	134
Gambar 4.53 Interior Exhibition Booth Brand Cetacea.....	134
Gambar 4.54 Aplikasi Logo Brand Cetacea Di Store.....	135
Gambar 4.55 Interior Store Brand Cetacea.....	135
Gambar 4.56 Denah Store	136
Gambar 4.57 Hangtag Untuk Produk Brand Cetacea	137

DAFTAR TABLE

Table 2.1 Penempatan Brand Strategy.....	19
Tabel 3.1 Analisa Swot Kompetitor.....	59
Table 3.2 Analisa Konsumen.....	60
Table 4.1 SWOT.....	81
Table 4.2 Strategi Kreatif.....	82
Table 4.3 Jenis Media.....	88
Table 4.4 Startegi Pengembangan Produk dan Desain	94