



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI AIR MINUM
ETERNAL PLUS**

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Christopher
NIM : 12120210076
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Christopher
NIM : 12120210076
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI AIR MINUM ETERNAL PLUS

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat pernyataan originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelas (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Juni 2016

Christopher

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VISUAL PROMOSI AIR MINUM ETERNAL PLUS

Oleh

Nama : Christopher

NIM : 12120210076

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 27 Juni 2016

Pembimbing

Drs. Daru Paramayuga. M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Ardyansyah, S.Sn., M.M.

Harifa Ali Albar Siregar, S.Sos., M.Ds.

Ketua Program Studi

Yusup Sigit Martyastiadi, S.T.,M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Penulis mengambil judul “Perancangan Visual Promosi Air Minum Eternal Plus” sebagai judul Tugas Akhir karena masyarakat menganggap Eternal Plus adalah air mineral biasa yang sama seperti air minum yang dikonsumsi setiap harinya, padahal kebenarannya bahwa air minum Eternal Plus merupakan air minum alkali yang mengandung calcium dan magnesium yang baik untuk dikonsumsi sehari – hari. Oleh karena itu, penulis memiliki tujuan untuk meningkatkan *awereness* produk Eternal Plus agar dapat lebih dikenal masyarakat luas.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T.,M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual – Universitas Multimedia Nusantara
2. Drs. Daru Paramayuga, M.Ds. selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing penulis selama proses perancangan.
3. Dosen – dosen yang banyak memberikan materi pendukung, masukan, dan bimbingan yang bermanfaat kepada penulis.
4. PT. Tirta Alkalindo (Eternal Plus) yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan perancangan visual promosi produk Eternal Plus.
5. Bapak Ruben dan Ibu Mega selaku Marketing Manager yang telah meluangkan waktu untuk penulis sebagai narasumber dalam perancangan.
6. Terima kasih kepada Orang tua yang sudah memberikan semangat dan doa kepada penulis.

ABSTRAKSI

Hidup sehat merupakan impian dari setiap manusia, namun untuk menjadi sehat manusia harus tetap menjaga pola hidup sehat sehingga jauh terjangkau dari berbagai penyakit. Kekurangan cairan dalam tubuh membuat tubuh manusia menjadi lemah, lesu dan kurang konsentrasi, dan penyakit mudah menular ke tubuh manusia. Air mineral Eternal Plus merupakan produk air minum yang diproduksi oleh PT. Tirta Alkalindo yang peduli kepada kesehatan manusia mengeluarkan produk air mineral yang memiliki kadar pH yang tinggi untuk menyehatkan serta menyegarkan tubuh. *Eternal Plus* memerlukan media promosi sehingga dapat meningkatkan *awereness* di tengah masyarakat, namun minimnya media promosi membuat produk ini hanya dikenal oleh beberapa kalangan saja. Metode yang digunakan adalah pengamatan atau observasi dan wawancara, serta studi pustaka. Produk Eternal Plus kurang dikenal oleh masyarakat dan membutuhkan media promosi yang bersifat ajakan untuk hidup sehat. Konsep media promosi ini menggunakan metode pendekatan pada masyarakat yang dikemas secara modern dan bertema sesuai dengan alam. Media yang akan diproduksi adalah media cetak berupa majalah, poster, *X- banner*, *print – advertising*, katalog produk, produk display dan *goodie bag*. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat membantu PT. Tirta Alkalindo untuk mempromosikan produknya.

Kata kunci : Air minum, Air Alkali, PT. Tirta Alkalindo, Awereness

UMMN

ABSTRACT

Healthy life is the dream of every human being, but to become a healthy human being must maintain a healthy lifestyle so far infected by various diseases. Lack of fluid in the body making the human body becomes weak, lethargic and lack of concentration, and the diseases easily transmitted to humans. Mineral water Eternal Plus is a product of drinking water produced by PT.Tirta Alkalindo who care for human health issued a mineral water product that has a high pH levels to nourish and refresh the body. Eternal Plus requires a media campaign so that it can be known in the community, but the lack of media promotion makes this product is only known by some quarters alone. The method used is observation or observation and interviews, as well as literature. Eternal Plus products are less known by the public and requires a media campaign that is an invitation to live a healthy life. The concept of this media campaign using the approach in people who packed in a modern and themed in accordance with nature. Media will be produced print media such as magazines, posters, X banner, display products and goodie bag. With the design is expected to help PT.Tirta Alkalindo to promote its products.

Keywords: Drinking Water, Alkaline Water, PT. Tirta Alkalindo, Awareness



DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	5
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6 Metode Perancangan	5
1.7 Skematika Perancangan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual	8
2.1.1 Desain.....	8
2.1.2 Elemen dan Prinsip Desain.....	9
2.2 Promosi	13
2.2.1 Pengertian Promosi.....	13
2.2.2 Bauran Promosi	14

2.2.3 Tujuan Promosi	17
2.1.4 Media Promosi.....	18
2.3 Brand	20
2.3.1 Brand Awareness.....	22
2.4 Tipografi	23
2.5 Fotografi	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Gambaran Umum	29
3.1.1 Profil Perusahaan.....	29
3.1.2 Visi/Misi Eternal Plus.....	31
3.2 Penelitian	31
3.2.1 Wawancara	31
3.2.2 Kesimpulan Wawancara.....	32
3.3 Kuesioner	33
3.4 Forum Group Discussion	35
3.4.1 Kesimpulan FGD.....	37
3.5 Riset Kompetitor.....	37
3.5.1 Total 8+	37
3.5.2 Pristine.....	38
3.5.3 Tabel Perbandingan.....	39
3.6 Analisa Target.....	40

3.6.1 Segmentasi.....	41
3.6.2 <i>Target</i>	41
3.6.3 <i>Positioning</i>	41
3.7 Analisa SWOT	42
3.8 Studi Eksisting	44
BAB IV PERANCANGAN	45
4.1 Konsep Perancangan	45
4.1.1 Objektivitas	45
4.1.1.1 <i>Positioning</i>	45
4.1.1.2 Model Komunikasi.....	46
4.1.1.3 Pesan	47
4.1.1.4 <i>Brainstorming/Mindmapping</i>	47
4.1.2 Perencanaan Media.....	48
4.1.2.1 Tujuan Media.....	48
4.1.2.2 Strategi Media	49
4.2 Ide Kreatif	49
4.3 Konsep Perancangan	51
4.3.1 Ilustrasi Visual.....	51
4.3.2 Layout.....	52
4.3.3 Warna	52
4.3.4 Tipografi.....	53

4.3.4.1 <i>Headline</i>	53
4.3.4.2 <i>Body text</i>	53
4.4 Tahapan Perancangan	54
4.4.1 Perancangan Media Cetak	55
4.4.2 <i>Merchandise</i>	62
4.5 <i>Timeline</i>	65
4.6 <i>Budgeting</i>	66
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Produk Eternal Plus.....	29
Gambar 3.2	Wawancara	31
Gambar 3.3	Hasil Kuesioner I.....	32
Gambar 3.4	Hasil Kuesioner II.....	33
Gambar 3.5	Hasil Kuesioner III	33
Gambar 3.6	FGD	35
Gambar 3.7	Produk Kompetitor I	36
Gambar 3.8	Produk Kompetitor II.....	37
Gambar 3.9	Studi Eksisting	43
Gambar 4. 1	Brainstorming	49
Gambar 4.2	Mindmapping.....	50
Gambar 4.3	Warna.....	52
Gambar 4.4	Font <i>headline</i> Duera	53
Gambar 4.5	Font <i>bodytext</i> Homizio Nova.....	53
Gambar 4.6	Poster I	56
Gambar 4.7	Poster II.....	57
Gambar 4.8	Poster Placement.....	58
Gambar 4.9	Magazine Placement.....	59
Gambar 4.10	News Paper Placement	60
Gambar 4.11	Brosur	61
Gambar 4.12	X-Banner	62
Gambar 4.13	Mug	63
Gambar 4.14	Pin	63

Gambar 4.15 T-shirt	64
Gambar 4.16 Paper Bag.....	64
Gambar 4.17 Sticker.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Skematika Perancangan	7
Tabel 3.1	Tabel Kompetitor	38
Tabel 4.1	Timeline Placement	65
Tabel 4.2	Budgeting	66

