



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 MEDIA PROMOSI

KLINIK MAHARIS

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Dave Kristofer

NIM : 13120210231

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dave Kristofer

NIM : 13120210231

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KLINIK MAHARIS

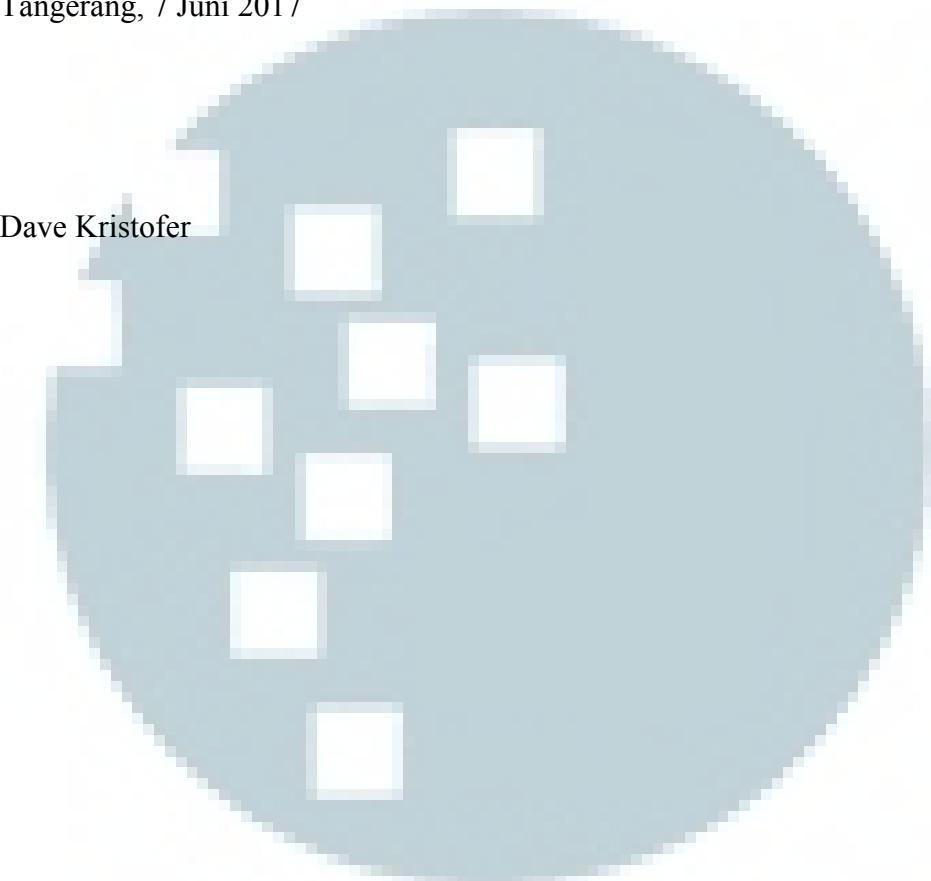
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

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

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 akademik berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 7 Juni 2017

Dave Kristofer



UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KLINIK MAHARIS

Oleh

Nama : Dave Kristofer

NIM : 13120210231

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

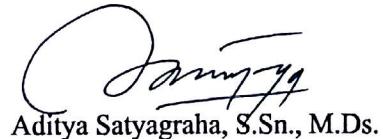
Tangerang, 11 Juli 2017

Pembimbing



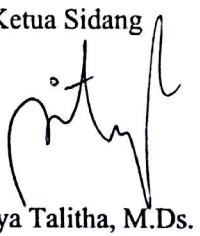
Drs. Daru Paramayuga, M.Ds.

Pengaji



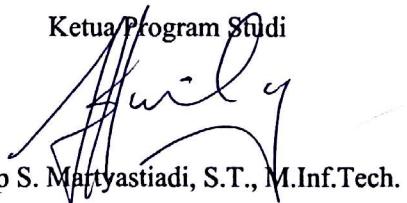
Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Lalitya Talitha, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Media Promosi Klinik Maharis” dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Ds.) Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Tugas Akhir ini disusun berdasarkan hasil penelitian dan observasi lapangan yang penulis lakukan secara langsung. Penulisan Tugas Akhir ini juga dianalisis menggunakan teori dan pemahaman yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan serta penulis juga menggunakan teori acuan dari konsep para ahli. Penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat menjadi manfaat bagi Klinik Maharis dan juga menjadi inspirasi untuk mahasiswa lainnya sebagai acuan penulisan Tugas Akhir selanjutnya.

Selama pembuatan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali saran, dorongan semangat, dan juga bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Drs. Daru Paramayuga, M.Ds., sebagai dosen pembimbing yang sudah membimbing penulis.
3. Imelda S.H. selaku narasumber Klinik Maharis yang telah meluangkan waktunya untuk dapat diwawancara.

4. Keluarga saya yang sudah mendoakan, mendukung dan membiayai saya untuk Tugas Akhir ini.
5. Benita Novitasari, Wilhan Budiman, Marianne Agustin, Julio Fernandes, Shella Mulia, Thomson Kevin, Winson Suryadi, Alvin Adimulia, Amanda Winarko, Clarrissa Prana, Griselda Agatha, Claudia Andriani, Nathania Lieharja, dan teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan selama pembuatan Tugas Akhir.

Tangerang, 7 Juni 2017

Dave Kristofer



ABSTRAKSI

Kecantikan dan kesehatan sudah menjadi kebutuhan dikalangan wanita zaman sekarang. Para wanita biasanya rela untuk mengeluarkan uang dalam jumlah yang besar untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan. Klinik Maharis hadir untuk menjadi solusi yang tepat untuk merawat kecantikan dan kesehatan tubuh. Perancangan media promosi Klinik Maharis ini bertujuan untuk membantu meningkatkan jumlah pendapatan yang diakui mengalami penurunan dalam 1 tahun terakhir ini. Data yang dikumpulkan oleh penulis berkaitan dengan media promosi dan strategi pemasaran Klinik Maharis. Perancangan ini meliputi observasi lapangan secara langsung, wawancara dengan narasumber, dan kuisioner.

Kata kunci : media promosi, klinik maharis, kecantikan, kesehatan.



ABSTRACT

Beauty and healthy has been a basic need for the woman of the century. Woman are usually willing to give out huge amount of money in order to get treatment in various beauty clinics. Maharis Clinic now appears as a solution in order to better treat the aesthetic and wellness body of woman all around. The media promotion design of Maharis Clinic aims to help the increase in revenue which they've mentioned experiencing a decrease in the last year. The writer have gathered data, regarding the media promotion and marketing strategy of Maharis Clinic. This design also concern field observation directly, interviews with various sources and questioner.

Keywords: Media Promotion, Maharis Clinic, Beauty, Wellness.

UMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Promosi	5
2.1.1. Definisi Promosi.....	5
2.1.2. <i>Advertising</i>	5
2.1.3. <i>Direct Marketing</i>	6

2.1.4. Pemasaran Interaktif	6
2.1.5. <i>Sales Promotion</i>	6
2.1.6. Tujuan Promosi	7
2.1.7. Fungsi Promosi.....	8
2.2. Media Promosi	9
2.2.1. Media Cetak Konvensional	10
2.2.2. Iklan Media Cetak	12
2.2.3. Media Luar Ruang.....	12
2.2.4. Media <i>Online</i>	14
2.2.5. <i>Merchandise</i>	15
2.3. <i>Grid</i>	16
2.4. <i>Portrait Photography</i>	18
2.5. <i>Digital Retouching</i>	18
BAB III METODOLOGI	20
3.1. Metodologi Pengumpulan Data.....	20
3.2. Metodologi Perancangan.....	33
3.3. <i>SWOT</i>	37
3.4. Analisa Kompetitor	38
3.5. <i>STP</i>	44
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS	46
4.1. Perancangan	46
4.1.1. <i>Mind Mapping</i>	46

4.1.2. Brainstorming.....	50
4.1.3. Konsep Perancangan	51
4.1.4. Strategi Perancangan.....	52
4.1.5. Strategi Media	60
4.2. Analisis Media Promosi	60
4.2.1. Media Primer.....	61
4.2.2. Media Sekunder	64
4.3. <i>Budgeting</i>	73
BAB V PENUTUP	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	XIV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kartu Nama	11
Gambar 2.2. Kupon Undian	12
Gambar 2.3. <i>Billboard</i>	13
Gambar 2.4. <i>X-Banner</i>	14
Gambar 2.5. <i>Merchandise</i>	16
Gambar 3.1. Penulis dengan Ibu Imelda	22
Gambar 3.2. Tempat tunggu di Klinik Maharis	23
Gambar 3.3. Ruang konsultasi dokter	23
Gambar 3.4. Kasir Klinik Maharis	24
Gambar 3.5. Lorong di Klinik Maharis.....	24
Gambar 3.6. Ruangan Laser Klinik Maharis	25
Gambar 3.7. Iklan Majalah Klinik Maharis	25
Gambar 3.8. <i>Social Media Ad</i>	26
Gambar 3.9. Kuisioner Klinik Maharis 1	27
Gambar 3.10. Kuisioner Klinik Maharis 2	28
Gambar 3.11. Kuisioner Klinik Maharis 3	28
Gambar 3.12. Kuisioner Klinik Maharis 4.....	29
Gambar 3.13. Kuisioner Klinik Maharis 5	30
Gambar 3.14. Kuisioner Klinik Maharis 6.....	30
Gambar 3.15. Kuisioner Klinik Maharis 7	31
Gambar 3.16. Kuisioner Klinik Maharis 8.....	31
Gambar 3.17. Kuisioner Klinik Maharis 9	32

Gambar 3.18. Kuisioner Klinik Maharis 10.....	32
Gambar 3.19. Billboard Klinik Erha.....	40
Gambar 3.20. Billboard Klinik Erha.....	41
Gambar 3.21. <i>Social Media Ad</i>	42
Gambar 3.22. Iklan Majalah Klinik Erha.....	43
Gambar 4.1. <i>Mind Mapping</i> Klinik Maharis.....	46
Gambar 4.2. <i>Mind Mapping</i> Target.....	47
Gambar 4.3. <i>Mind Mapping</i> Media Promosi.....	47
Gambar 4.4. <i>Mind Mapping Mood Visual</i>	48
Gambar 4.5. <i>Mind Mapping Tagline</i>	48
Gambar 4.6. <i>Brain Storming</i> key visual	50
Gambar 4.7. Warna	52
Gambar 4.8. <i>Elsie Typefaces</i>	53
Gambar 4.9. <i>El Messiri Typefaces</i>	54
Gambar 4.10. Refrensi pose <i>beauty</i>	55
Gambar 4.11. <i>Before After Retouch</i>	56
Gambar 4.12. Sketsa Perancangan	57
Gambar 4.13. Proses Perancangan Visual 1.....	58
Gambar 4.14. Proses Perancangan Visual 2.....	59
Gambar 4.15. Proses Perancangan Visual 3.....	59
Gambar 4.16. <i>Billboard</i> 1.....	61
Gambar 4.17. <i>Billboard</i> 2.....	62
Gambar 4.18. <i>Billboard</i> 3.....	63

Gambar 4.19. <i>X-banner</i> Klinik Maharis	65
Gambar 4.20. <i>Backdrop</i> Klinik Maharis	66
Gambar 4.21. Iklan Majalah Klinik Maharis	67
Gambar 4.22. Kartu Nama Klinik Maharis	68
Gambar 4.23. <i>Web Banner</i> Klinik Maharis.....	69
Gambar 4.24. Instagram <i>Ads</i> Klinik Maharis.....	69
Gambar 4.25. Facebook <i>Ads</i> Klinik Maharis	70
Gambar 4.26. <i>Merchandise Tumbler</i>	71
Gambar 4.27. <i>Merchandise Notebook</i>	71
Gambar 4.28. Kupon Undian Diskon 5% Klinik Maharis	72
Gambar 4.29. Kupon Undian Diskon 10% Klinik Maharis	73
Gambar 4.30. Kupon Undian Diskon 15% Klinik Maharis	73



DAFTAR TABEL

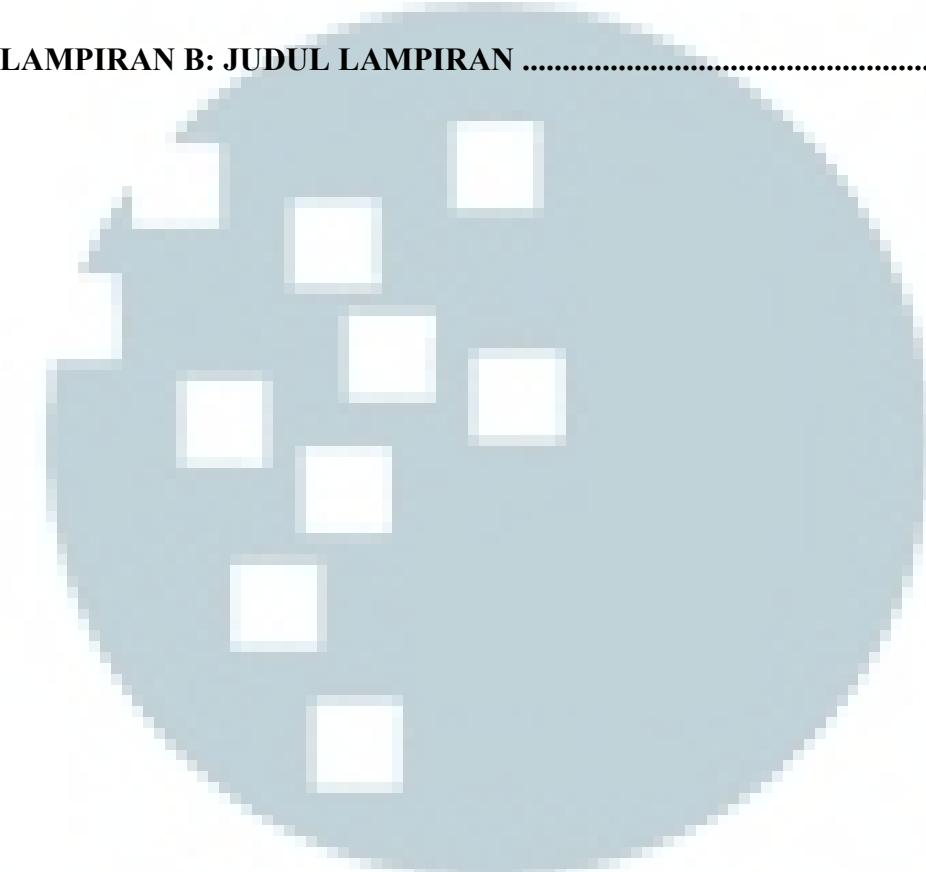
Tabel 3.1. Tabel Jasa Klinik Maharis.....	26
Tabel 3.2. Tabel Jasa Klinik Erha	44
Tabel 4.1. Tabel Budgeting.....	74

UMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....XVI

LAMPIRAN B: JUDUL LAMPIRANXVIII



UMN