



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 *BRAND COMMUNICATION* UNTUK

ASTRA 1ST

Proposal Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Andhika Christianto

NIM : 13120210348

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 : Andhika Christianto
NIM : 13120210348
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Institusi : Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN BRAND COMMUNICATION UNTUK ASTRA 1ST

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 Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Januari 2017

Andhika Christianto

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *BRAND COMMUNICATION*

UNTUK ASTRA 1ST

Oleh

Nama : Andhika Christianto

NIM : 13120210348

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 23 Januari 2017

Pembimbing

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Pengaji

Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang

Lalitya Talitha Pinasthika, S.Ds., M.Ds.

Mengetahui,

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan berkat dan anugerah-Nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan perancangan Tugas Akhir saya yang berdujal “Perancangan *Brand Communication* untuk Astra 1st” dengan tepat waktu. Penulisan laporan tugas akhir ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Laporan ini berisikan mengenai perancangan tugas akhir dalam mempersiapkan penulis menjadi sarjana yang siap masuk kedalam dunia profesional. Perancangan ini disusun penulis tentang proses perancangan dari tahap menemukan masalah, mengumpulkan data, membuat strategi, melakukan perancangan visual hingga implementasi visual ke dalam media. Laporan ini ditulis dengan tujuan sebagai panduan atau informasi yang berguna untuk perancangan *brand communication* selanjutnya oleh pihak yang bersangkutan.

Tersusunnya laporan tugas akhir ini tidak lepas dari pihak-pihak yang telah membantu penulis selama melakukan proses praktek kerja magang dari awal hingga akhir, dan yang mendukung dan memberi masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.inf.Tech. Selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.

2. Bapak Zamzami Almakki, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan semua pengarahan dan bimbingan dalam penggerjaan tugas akhir ini.
3. Audrey Natasha dan Diah W. Utami, selaku panitia Astra 1st yang membantu dalam memberikan data-data yang dibutuhkan dalam perancangan ini.
4. Keluarga, yang memberikan dukungan penuh kepada penulis selama perancangan ini dalam bentuk dukungan mental, finansial, dan doa.
5. Brynna Eclesia Christiandy, yang selalu memberi dukungan dengan sabar kepada penulis dari awal hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan sangat baik.
6. Rekan-rekan Cetha (Timothy, Riki, Eric, Gisela, Chiquitta, Vania, Faustine, Kartika) yang bersama-sama berjuang, bertukar pendapat, dan memberi hiburan kepada penulis selama proses tugas akhir.
7. Rekan yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu oleh penulis

Tangerang, 17 Januari 2017

Andhika Christianto

ABSTRAK

Tugas akhir ini membahas tentang perancangan *brand communication* untuk Astra 1st. Astra 1st merupakan program pengembangan diri dari PT Astra International Tbk yang memberikan kesempatan pada setiap lulusannya untuk menjadi insan Astra, namun pada kenyataannya persepsi mahasiswa mengenai Astra 1st merupakan program beasiswa. Mayoritas mahasiswa yang menjadi target dari program juga belum mengetahui secara utuh dan benar mengenai program Astra 1st ini. Dengan permasalahan tersebut, maka penulis merancang *brand communication* untuk Astra 1st dalam memberikan solusi atas permasalahan ini. Penulis menggunakan metode kualitatif berupa wawancara dengan mahasiswa yang menjadi target, observasi berupa pengamatan aktivitas target dan studi pustaka. Strategi komunikasi dalam perancangan yang dilakukan menggunakan metode komunikasi emosional. *Positioning* perancangannya adalah Astra 1st merupakan program pengembangan diri yang eksklusif bagi mahasiswa yang menjadi target dari Astra 1st, dimana tidak semua mahasiswa bisa mendapatkan kesempatan ini. Penulis merancang visual yang akan diimplementasikan ke dalam media poster, baliho, brosur, xbanner, media sosial, dan *merchandise*.

Kata kunci : ***brand, communication, Astra 1st***



ABSTRACT

This final project explains about designing Astra 1st's brand communication. Astra 1st is a self development program from PT Astra International Tbk that gives a chance to each graduated to become Astra man, but the truth is most college students perceived this program as a scholarship program. Most of the targeted college students haven't been aware about this program is all about. The author designed a brand communication for Astra 1st, to solve this problem. The author used qualitative research, by interviewing the target, observing target activity, and literature review. Communication strategy in designing this program is Emotional Communication. The positioning for this design, that Astra 1st is a exclusive self development program for the Astra 1st target, which not all students might get this chance. Author designed the visual to implemented into the media (poster, baliho, brochure, x-banner, social media, and merchandise).

Keywords : brand, communication, Astra 1st

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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. Manfaat Tugas Akhir.....	5
1.6. Metode Pengumpulan Data	6
1.7. Metode Perancangan.....	7
1.8. Skematika Perancangan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Teori Brand.....	11

2.1.1. Fungsi Brand	12
2.2. Brand Communication.....	14
2.2.1. Fungi Brand Communication	15
2.2.2. Proses Brand Communication.....	16
2.3. Elemen Desain.....	22
2.3.1. Tinjauan Tipografi	22
2.3.2. Tinjauan Warna.....	25
2.3.3. Tinjauan <i>Layout</i>	27
2.3.4. Tinjauan Grid	28
2.4. Ilustrasi.....	31
2.4.1. Ilustrasi dan Desain	31
2.4.2. Ilustrasi dan Fotografi	32
2.4.3. Ilustrasi pada Korporat.....	32
2.5. Flat Design.....	33
2.5.1. Efek pada <i>Flat Design</i>	34
2.5.2. Warna pada Flat Design	36
2.5.3. Tipografi pada <i>Flat Design</i>	37
BAB III METODOLOGI	39
3.1. Gambaran Umum Astra 1st	39
3.2. Gambaran Umum Data	40

3.3. Wawancara	41
3.3.1. Wawancara dengan Pelaksana Astra 1 st	41
3.3.2. Wawancara dengan target	44
3.4. Observasi Aktivitas Target.....	55
3.5. Visualisasi Target.....	55
3.6. SWOT	56
3.6.1. <i>Strengths</i>	56
3.6.2. <i>Weakness</i>	57
3.6.3. <i>Opportunities</i>	57
3.6.4. Threats.....	58
BAB IV PERANCANGAN.....	59
4.1. Pemaparan Konsep	59
4.2. Strategi Komunikasi.....	61
4.3. Strategi Visual.....	62
4.3.1. <i>Image</i>	63
4.3.2. Tipografi.....	66
4.3.3. Layout	69
4.3.4. Narasi	71
4.3.5. <i>Copywriting</i>	73
4.4. Aplikasi Media dan Penempatan	75

4.4.1.	Poster.....	76
4.4.2.	Baliho	81
4.4.3.	Brosur	83
4.4.4.	X Banner	86
4.4.5.	Pembatas buku atau <i>Post-It</i>	87
4.4.6.	Media Sosial.....	89
4.4.7.	Merchandise	92
4.5.	<i>Timeline</i>	96
4.6.	<i>Budgeting</i>	97
BAB V	PENUTUP.....	99
5.1.	Kesimpulan	99
5.2.	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA		xv



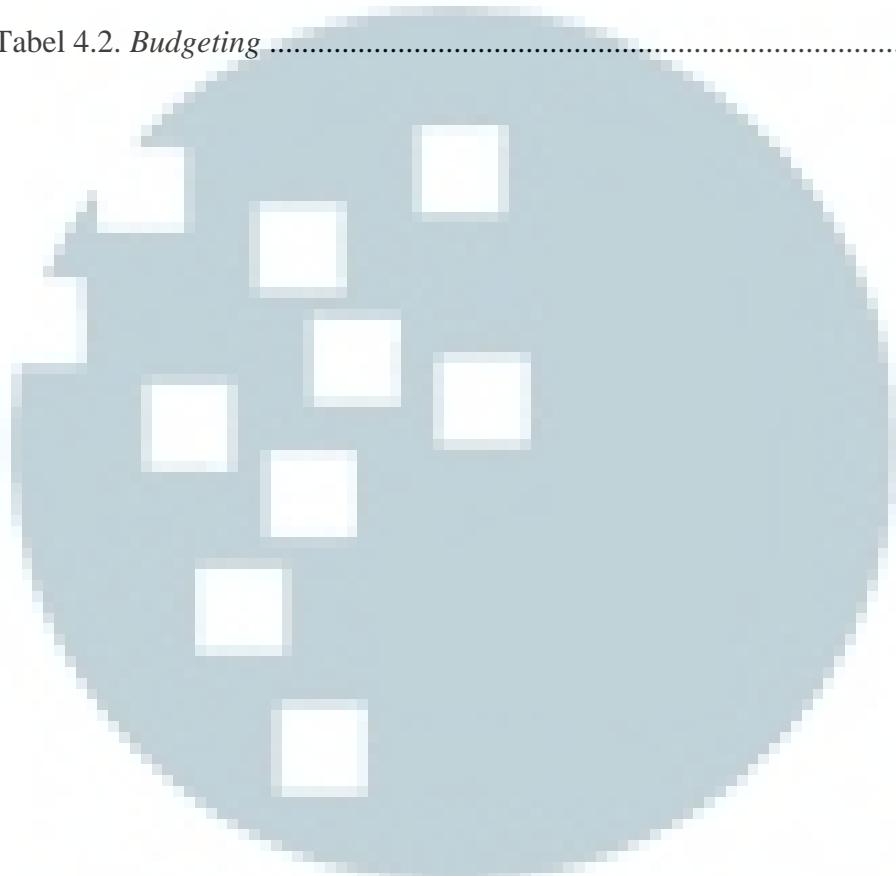
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Penulis bersama Tim Panitia Astra 1 st	42
Gambar 3.2. Penulis bersama Jessica mahasiswa Universitas Indonesia.....	48
Gambar 3.3. Penulis bersama mahasiswa UNIKA Atma Jaya Jakarta	49
Gambar 3.4. Penulis bersama Evan mahasiswa UNPAR.....	51
Gambar 3.5. Visualisasi Target	56
Gambar 4.1. Mindmapping	60
Gambar 4.2. Referensi Visual	64
Gambar 4.3. Sketsa Visual	64
Gambar 4.4. Ilustrasi Final	66
Gambar 4.5. <i>Headline Typeface</i>	67
Gambar 4.6. <i>Bodytext Typeface</i>	68
Gambar 4.7. <i>Three-column Grid Poster</i>	69
Gambar 4.7. <i>Three-column Grid Baliho</i>	70
Gambar 4.8. Implementasi Poster di Mading kampus UNIKA Atma Jaya Jakarta.....	77
Gambar 4.9. Poster 1	78
Gambar 4.10. Poster 2	79
Gambar 4.11. Poster 3	80

Gambar 4.12. Visual Baliho	81
Gambar 4.13. Implementasi Baliho pada Maket (a).....	82
Gambar 4.14. Implementasi Baliho pada Maket (b)	82
Gambar 4.15. Brosur (a).....	84
Gambar 4.16. Brosur (b).....	85
Gambar 4.17. Brosur (c).....	85
Gambar 4.18. Visual X-banner.....	86
Gambar 4.19. <i>Post-It</i> dan Pembatas Buku	88
Gambar 4.20. Pembatas Buku	88
Gambar 4.21. Facebook ads (<i>Newsfeed & Right Hand</i>).....	89
Gambar 4.22. Facebook ads (<i>Mobile</i>)	90
Gambar 4.23. Instagram Feed	91
Gambar 4.24. Instagram Ads.....	92
Gambar 4.25. <i>Tote Bag</i>	93
Gambar 4.26. <i>Pouch</i>	94
Gambar 4.27. <i>E-Money</i>	95
Gambar 4.28. <i>Tumbler</i> (Botol Minum)	96

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. <i>Timeline</i>	97
Tabel 4.2. <i>Budgeting</i>	98



UMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: TABEL DAN LEMBAR PERANCANGAN TUGAS AKHIR

xvii

LAMPIRAN B: LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....

xxxvii

UMN