



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 VISUAL PROMOSI TOGAWA CHAIR

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Maria Meliana Suryadi

NIM : 13120210314

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 : Maria Meliana Suryadi
NIM : 13120210314
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas : Universitas Multimedia Nusantara.
Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI TOGAWA CHAIR

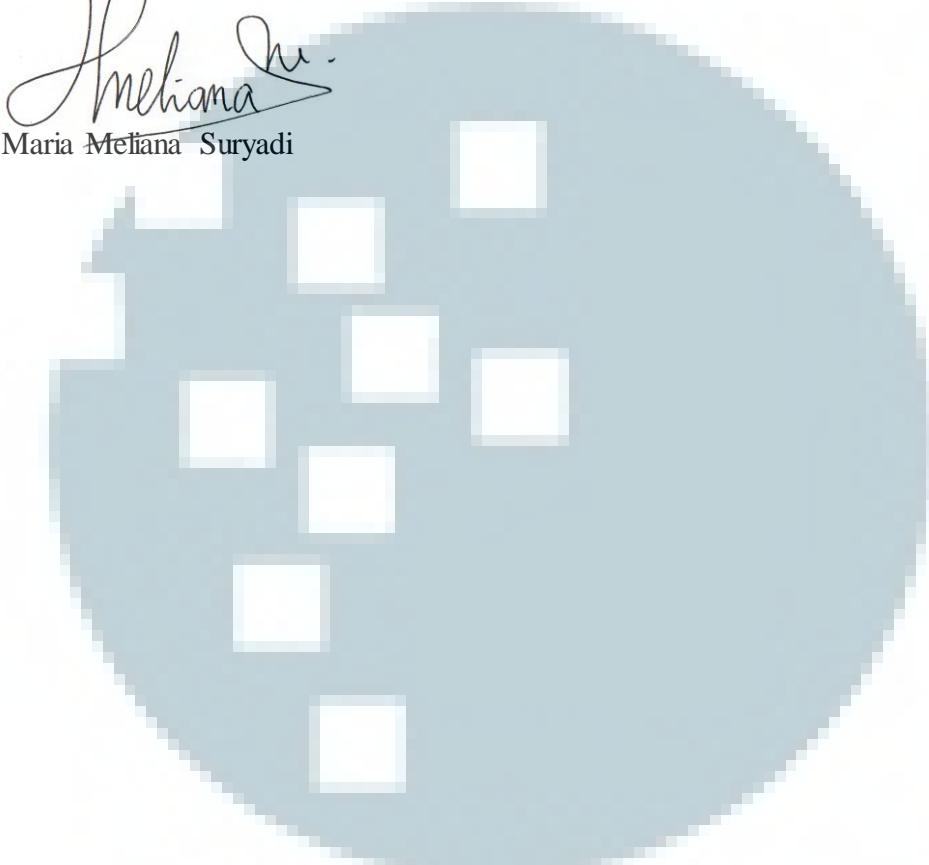
Dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanan 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, 18 Januari 2017

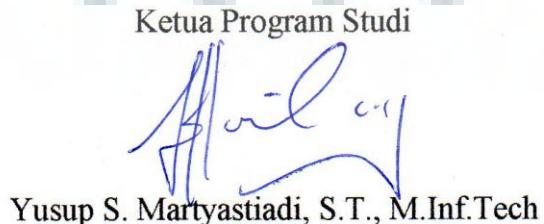

Maria Meliana Suryadi



UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI TOGAWA CHAIR



KATA PENGANTAR

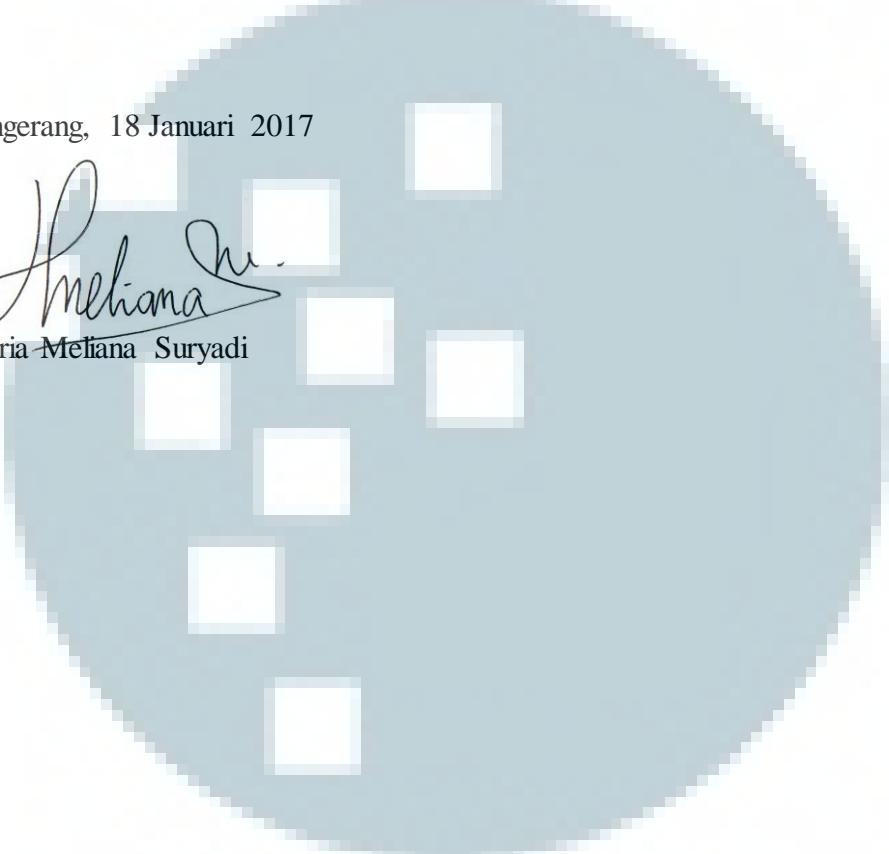
Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa penulis ucapkan atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul Perancangan Visual Promosi Togawa Chair ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini dirancang untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.), Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan membantu selama proses pembuatan penulisan dan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih secara khusus penulis sampaikan kepada :

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan menyumbangkan waktu serta kesebaran dalam membimbing penulis dalam perancangan tugas akhir ini.
3. Ignatius Heru Wahyudi, pemilik Togawa Chair yang mendukung tugas akhir ini dengan memberikan data-data dan informasi mengenai Topik Pembahasan serta masukan yang diperlukan penulis.
4. Kedua orang tua penulis yang telah memberi dukungan selama proses tugas akhir berlangsung dan membantu penulis untuk menjadi model.
5. Teman-teman Universitas Multimedia Nusantara, serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam perancangan tugas akhir ini masih terdapat beberapa kekurangan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pihak lain untuk menyempurnakan laporan ini.

Tangerang, 18 Januari 2017



Meliana
Maria Meliana Suryadi



UMN

ABSTRAKSI

Togawa Chair adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perabot rumah tangga. Perabot rumah tangga yang dihasilkannya adalah kursi lesehan. Selama ini Togawa Chair memasarkan produknya hanya pada *online shopping* seperti Bukalapak, Tokopedia, dan Facebook. Walaupun memiliki banyak keunggulan produk Togawa Chair masih disamakan dengan produk lain dikarenakan produk Togawa Chair masih belum memiliki visual yang menerangkan tentang keunggulannya. Diperlukan perancangan visual promosi Togawa Chair untuk menerangkan keunggulan produk Togawa Chair. Perancangan visual promosi dibuat menggunakan *emotional appeal* yang didapatkan dari hasil analisa keunggulan produk Togawa dengan kompetitor dan dari akibat yang ditimbulkan duduk lesehan.

Kata kunci: *Emotional appeal*, Poster, Togawa Chair, Keunggulan.



ABSTRACT

Togawa Chair is a company engaged in the field of home furnishings. Tanga produces furniture is a chair sitting on the floor. During this time Togawa Chair markets its products only on online shopping like bukalapak, Tokopedia, and Facebook. Although it has many advantages Togawa products Chair is still equated with other products due Chair Togawa products still do not have a visual that explains about its superiority. Required visual design promotion Togawa Chair to explain product benefits Togawa Chair. Visual design made promotional uses emotional appeal obtained from the analysis of product excellence Togawa with competitors and the impact of sitting cross-legged.

Kata kunci: Emotional appeal, Poster, Togawa Chair, Product excellences



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
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 Perancangan.....	4
1.6. Metodologi Pengumpulan Data.....	5
1.7. Metodologi Perancangan.....	7
1.8. Sistematika Perancangan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Definisi Promosi.....	10
2.2. Fungsi Promosi.....	11
2.3. Tujuan Promosi.....	12

2.4. Jenis Promosi.....	12
2.5. Strategi Promosi.....	16
2.6. Definisi Media Promosi.....	17
2.7. Jenis Media Promosi.....	17
2.7.1. Media Lini Atas (ATL).....	17
2.7.1.1.Surat Kabar.....	18
2.7.1.2.Majalah.....	19
2.7.1.3.Poster.....	19
2.7.1.4.Brosur.....	20
2.7.1.5.Radio.....	21
2.7.1.6.Reklame.....	21
2.7.1.7.<i>Transportation Advertising</i>.....	22
2.7.2. Media Lini Bawah (BTL).....	23
2.7.2.1.Direct mail.....	23
2.7.2.2.Point of purchase.....	24
2.7.2.3.Tanda mata.....	24
2.7.2.4.Kalender.....	24
2.8. Advertising/Periklanan.....	25
2.9. Tipografi.....	26
2.9.1. <i>Type Face</i>.....	27
2.9.2. Klasifikasi huruf.....	28
2.9.2.1.<i>Roman</i>.....	28
2.9.2.2.<i>Italic</i>.....	29

2.9.2.3.	<i>Lineal</i>	29
2.9.2.4.	<i>Slab Serif</i>	30
2.9.2.5.	<i>Text</i>	30
2.9.2.6.	<i>Script</i>	31
2.9.2.7.	<i>Decorative</i>	31
2.10.	Layout (Tata Letak)	32
2.10.1.	<i>Mondrian layout</i>	32
2.10.2.	<i>Multipanel layout</i>	33
2.10.3.	<i>Picture window layout</i>	34
2.10.4.	<i>Copy heavy layout</i>	34
2.10.5.	<i>Frame layout</i>	35
2.10.6.	<i>Shilhoette layout</i>	35
2.10.7.	<i>Type specimen layout</i>	36
2.10.8.	<i>Grid layout</i>	37
2.10.9.	<i>Bleed layout</i>	37
2.11.	Warna	38
2.12.	Fotografi & Image	45
2.13.	Komposisi Fotografi	47
2.13.1.	<i>Aturan rule of third</i>	47
2.13.2.	<i>Sudut pemotretan</i>	48
2.13.3.	<i>Format horizontal dan vertical</i>	48
2.14.	Sudut Pengambilan Fotografi	49
2.15.	Teori STP	56

BAB III ANALISIS DATA PENELITIAN.....	59
3.1. Gambaran Umum.....	59
3.2. Analisis Media Promosi.....	61
3.3. Wawancara.....	62
3.4. Observasi.....	63
3.5. Analisis kompetitor.....	64
3.5.1. Keles.....	64
3.5.2. Senden	65
3.6. Kuisisioner.....	66
3.7. SWOT.....	72
3.8. STP.....	73
3.9. <i>Studi exiting</i>	75
3.10. <i>Main maping</i>	78
3.11. Konsep Kratif.....	79
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....	82
4.1. <i>Brainstorming</i>	82
4.2. Strategi promosi.....	83
4.3. Strategi komunikasi.....	84
4.4. Strategi media.....	86
4.5. Strategi perancangan.....	93
4.5.1. Poster.....	93
4.5.1.1. Konsep visual.....	95
4.5.1.2. Sketsa perancangan.....	95

4.5.1.3. Format desain.....	97
4.5.1.4. Ilustrasi.....	101
4.5.1.5. Teks.....	102
4.5.1.6. Tipografi.....	104
4.5.1.7. Warna.....	106
4.5.1.8. Layout.....	107
4.5.1.9. Bahan dan ukuran.....	108
4.5.2. Website.....	109
4.5.2.1. Layout.....	110
4.5.2.2. Warna.....	110
4.5.2.3. Tipografi.....	111
4.5.3. Iklan pada Koran.....	111
4.5.3.1. Koran kedaulatan rakyat.....	111
4.5.3.2. Koran Jakarta.....	113
4.5.4. Brosur.....	117
4.5.5. Transportation advertising.....	118
4.5.6. Ambient advertising.....	119
4.5.7. X banner dan horizontal banner.....	120
4.5.8. Katalog.....	123
4.6. Media planning.....	124
4.7. Budgeting.....	128
BAB V PENUTUP.....	130
5.1. Kesimpulan.....	130

5.2. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	xx
LAMPIRAN.....	xxiii

A large, stylized version of the UMN logo is shown below the main emblem. The letters "UMN" are formed by a series of overlapping, rounded, light blue rectangles, giving it a modern and dynamic appearance.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh Iklan Surat Kabar.....	18
Gambar 2.2. Contoh Iklan Pada Majalah.....	19
Gambar 2.3. Contoh Poster.....	20
Gambar 2.4. Contoh Brosur.....	21
Gambar 2.5. Contoh Reklame.....	22
Gambar 2.6. Contoh Transportation Advertising 1.....	23
Gambar 2.7. Contoh Transportation Advertising 2.....	23
Gambar 2.8. Contoh Kalender.....	24
Gambar 2.9. Guidelines/ Bagian-Bagian Utama huruf.....	28
Gambar 2.10. Contoh Font Kategori Roman/Serif.....	29
Gambar 2.11. Contoh Font Kategori <i>Italic</i>	29
Gambar 2.12. Contoh Font Kategori <i>Lineal</i>	29
Gambar 2.13. Contoh Font Kategori <i>Slab Serif</i>	30
Gambar 2.14. Contoh Font Kategori <i>Blacklatter</i>	30
Gambar 2.15. Contoh Font Kategori <i>Script</i>	31
Gambar 2.16. Contoh Font Kategori <i>Decorative</i>	31
Gambar 2.17. <i>Mondrian Layout</i>	33
Gambar 2.18 <i>Multiplanel Layout</i>	33
Gambar 2.19. <i>Picture To Window Layout</i>	34
Gambar 2.20. <i>Copy Heave Layout</i>	35
Gambar 2.21. <i>Shilouette Layout</i>	36
Gambar 2.22. <i>Type Specimen Layout</i>	36

Gambar 2.23. Grid Layout.....	37
Gambar 2.24. Bleed Layout.....	38
Gambar 2.25. Hue, Value, Saturation.....	39
Gambar 2.26. Gambar Sebelum dan Sesudah.....	46
Gambar 2.27. Gambar Rule Of Third.....	48
Gambar 2.28. Contoh Foto Bird Eye.....	49
Gambar 2.29. Contoh Foto High Eye.....	50
Gambar 2.30. Contoh Foto Eye Level.....	51
Gambar 2.31. Contoh Low Angel.....	52
Gambar 2.32. Contoh Foto Frog Level.....	52
Gambar 2.33. Contoh Foto Extreme Close Up.....	53
Gambar 2.34. Contoh Foto Close Up.....	54
Gambar 2.35. Contoh Foto Medium Close Up.....	54
Gambar 2.36. Contoh Foto Mid Shot.....	54
Gambar 2.37. Contoh Foto Medium Shot.....	55
Gambar 2.38. Contoh Foto Full Shot.....	55
Gambar 2.39. Contoh Foto Long Shot.....	56
Gambar 3.1. Logo Togawa Chair.....	60
Gambar 3.2. Gambar Kursi Togawa Chair.....	60
Gambar 3.3. Promosi Pada Tokopedia.....	61
Gambar 3.4. Survei Tempat.....	64
Gambar 3.5. Gambar Kursi Keles.....	65
Gambar 3.6. Gambar Kursi Senden.....	65

Gambar 3.7. Gambar Kuisioner Yang di Cetak.....	66
Gambar 3.8. Gambar Kursi Online.....	67
Gambar 3.9. Gambar Poster Peta.....	75
Gambar 3.10. Gambar Poster Nike.....	76
Gambar 3.11. Gambar Poster Nutrigrain tois.....	77
Gambar 3.12. Infisoma.....	78
Gambar 3.13. Proses Mind Mapping.....	78
Gambar 4.1. Proses Brainstorming.....	79
Gambar 4.2. Poster 1.....	92
Gambar 4.3. Poster 2.....	93
Gambar 4.4. Poster 3.....	93
Gambar 4.5. Sketsa Perancangan.....	96
Gambar 4.6. Format Desain Poster 1.....	96
Gambar 4.7. Format Desain Poster 2.....	98
Gambar 4.8. Format Desain Poster 3.....	99
Gambar 4.9. Icon Tulang, Mudah Dibawa & <i>Flexible</i>	100
Gambar 4.10. 180 Derajat Sistem.....	101
Gambar 4.11. <i>Headline</i> , <i>Sub Headline</i> Pada Poster 1.....	103
Gambar 4.12. <i>Headline</i> , <i>Sub Headline</i> Pada Poster 2.....	104
Gambar 4.13. <i>Headline</i> , <i>Sub Headline</i> Pada Poster 3.....	104
Gambar 4.14. <i>Tageline</i> Pada Poster 1,2,3	104
Gambar 4.15. Sketsa Layout.....	107
Gambar 4.16. Tampilan Website.....	108

Gambar 4.17. Layout <i>Responsive</i>	109
Gambar 4.18. Iklan Pada Koran.....	111
Gambar 4.19. Iklan Pada Koran Kedaulatan Rakyat.....	111
Gambar 4.20. Iklan Pada Koran Jakarta.....	112
Gambar 4.21. Header <i>Facebook</i>	112
Gambar 4.22. Aplikasi Header <i>Facebook</i>	113
Gambar 4.23. Aplikasi Promosi Pada Instagram	114
Gambar 4.24. Web Banner Pada Situs Detik & Youtube	114
Gambar 4.25. Aplikasi Promosi Detik <i>Finance</i>	115
Gambar 4.26. Aplikasi Promosi Pada Youtube	116
Gambar 4.27. Brosur	117
Gambar 4.28. Aplikasi Iklan Di Kendaraan Bis	118
Gambar 4.29. Aplikasi Iklan Di Kendaraan Angkot.....	118
Gambar 4.30. Aplikasi <i>Ambient Ads</i> Togawa Chair	119
Gambar 4.31. Horizontal Banner	120
Gambar 4.32. X Banner	120
Gambar 4.33. Pengaplikasian Horizontal Banner	121
Gambar 4.34. Pengaplikasian X Banner	121
Gambar 4.35. Tampak Depan Dan Belakang Katalog Harga.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Sistematika Perancangan.....	9
Tabel 4.1. <i>Media Planning</i>	124
Tabel 4.2. <i>Budgetting</i>	128

UMN