



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 PROMOSI KOSMETIK

WARDAH C-DEFENSE

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Benedictus Christian Ivan
NIM : 12120210029
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 : Benedictus Christian Ivan

NIM : 12120210029

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN PROMOSI KOSMETIK WARDAH C- DEFENSE

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, 14 Juni 2016

Benedictus Christian Ivan



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN PROMOSI KOSMETIK
WARDAH C-DEFENSE

Oleh

Nama : Benedictus Christian Ivan
NIM : 12120210029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 27 Juni 2016

Pembimbing



Chara Susanti, S.Ds., M.Ds.

Pengaji



Ferdy Tanumihardja, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Toufiq Panji Wisesa, S.Ds., M.Sn.

Ketua Program Studi



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

ABSTRAKSI

Di jaman moderen ini, Wanita sangat memperhartikan kecantikan kulit. Efek terbesar ancaman kulit wanita bukan hanya sinar matahari, tetapi polusi udara. Efek ini membuat kulit wanita menjadi kusam, jerawatan dan gatal. Wardah C-Defense merupakan produk dari merek kosmetik Wardah. Produk ini mengandung Vitamin C yang berguna sebagai antioksidan pada kulit wanita. Wardah C-Defense merupakan produk yang baru di luncurkan pada tahun 2015. Wardah C-Defense belum pernah membuat iklan. Untuk itu penulis melakukan perancangan promosi untuk kosmetik Wardah C-Defense. Perancangan promosi ini di tujuhan untuk menginformasikan serta meningkatkan penjualan dari Wardah C-Defense. Penulis menggunakan teknik promosi benefit dan differensiasi untuk mengkomunikasikan produk kosmetik ini. Promosi ini menggunakan media berupa *Digital Out Of House*, media cetak, dan media print. Konsep promosi Wardah C-Defense ini memberikan perlindungan terhadap kulit wanita di perkotaan.

Kata Kunci: Promosi, Kosmetik, Polusi, Vitamin C, Wardah C-Defense,



ABSTRAC

In this modern era, woman really pay attention to their skin beauty. Women's skin most threat is not only sunlight, but also air pollution. Those things make women's skin faint, pimples, and itchy. Wardah c defense is a product from wardah's cosmetic. This product contain vitamin c that use as an antioxidant.

Wardah C- defense was launch in 2015, however it has not been advertised. For that, the writer chose to made advertisement's design for this product. This promotion design addressed to inform and elevate the selling of this product. Writer used benefit and differentiation promotion technique to communicate this cosmetic product. This promotion is using medias such as digital out of house, and printed media. The concept of wardah c defense is giving a full protection to all of urban women's skin.

Keywords : promotion, cosmetic, pollution, vitamin c, wardah c defense.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Promosi Produk Kosemetik Wardah C-Defense”. Penulisan laporan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Tidak sedikit hambatan yang di alamin penulis pada saat penyusunan laporan dan perancangan visual. Namun berkat bimbingan pihak yang telah banyak membantu penulis dapat melewatkannya. Penulis berharap agar laporan tugas akhir ini dapat menambah wawasan dan membantu mahasiswa lainnya, terutama bagi meraka yang aka mengambil topil mengenai kampanye produk sebagai tugas akhir.

Penyusunan laporan ini tidak akan selesai tepat waktu tanpa pihak-pihak yang telah membantu penulis, baik secara materi maupun moral. Oleh karena itu penulis ingin megucapkan terimakasih kepada:

1. Yusup Sigit, S.T., M.Inf.Tech. Selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Chara Susanti, S.Ds., M.Ds. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan

arahuan kepada penulis selama proses penyusunan laporan tugas akhir.

3. Adryana Putri selaku brand assitand dari Wardah yang telah meliangkan waktu untuk penulis dan menjawab semua pertanyaan penulis
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik secara materi maupun moral.
5. Kepada Alvin Joshua, Levisya Airine, Myrnia Cynthia, Venny Febrianti, dan Shinta Agustine yang telah memberikan bantuan dan semangat dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan laporan tugas akhir.

Penulis sadar bahwa laporan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna, maka kritik membangun dan saran akan membantu bagi penulis. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang akan menjalani tugas akhir semester berikutnya dan menambah wawasan para pembaca mengenai proses promosi produk Wardah C-Defense.

Tangerang, 14 Juni 2016

Benedictus Christian Ivan

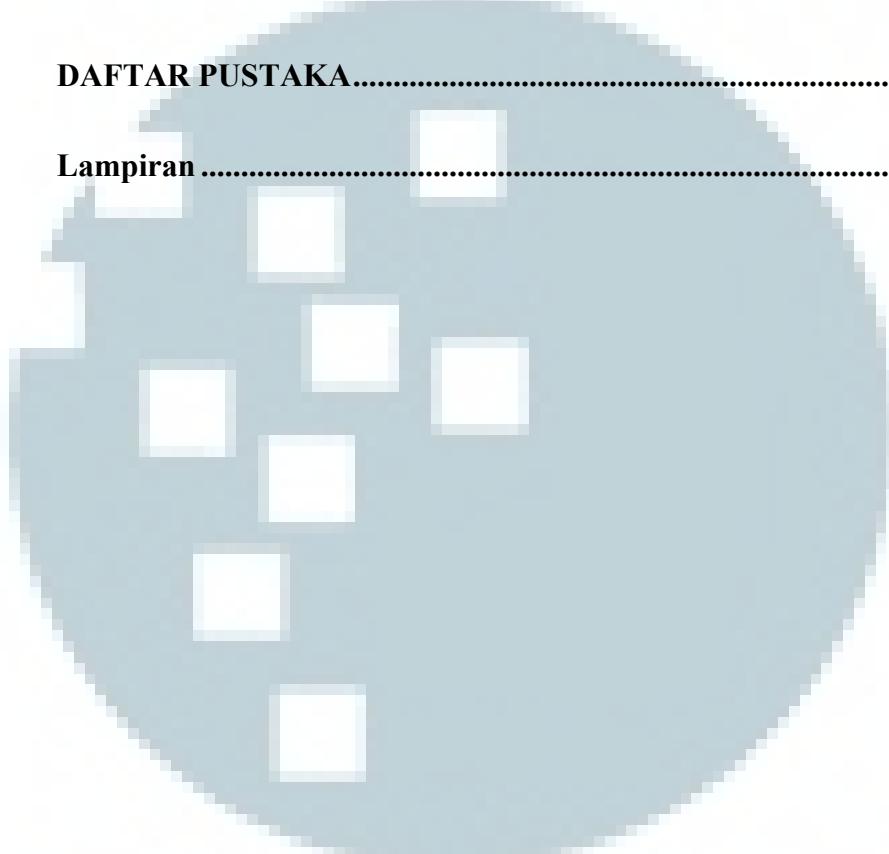
DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESEAHAN TUGAS AKHIR	iv
PERANCANGAN PROMOSI KOSMETIK.....	iv
WARDAH C-DEFENSE	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRAC	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
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
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7. Metode Perancangan	6
1.8. Skematika Perancangan	7

BAB II LANDASAN TEORI	8
 2.1. Tinjauan Teori Tentang Pemasaran	8
2.1.2. Manajemen Pemasaran	9
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
 2.2 Tinjauan Teori Tentang Promosi.....	11
2.1.1 Definisi Promosi	11
2.1.2 Tujuan Promosi.....	12
 2.3. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	15
2.3.1 Pengertian Bauran Komunikasi Pemasaran	15
2.3.2. Pengaruh Komunikasi Pemasaran.....	17
2.3.3. Model Proses Komunikasi	18
2.4.2. Tujuan Iklan	22
2.4.3. Langkah-langkah mentukan iklan.....	23
 2.4. Teori Desain.....	25
2.4.1. Teori Desain Komunikasi Visual.....	25
2.4.2. Element Desain	26
2.3.4. Layout Iklan	27
2.4.4. Warna pada iklan	29
2.4.5. Fotografi.....	31
2.4.6. Motion Graphic	38
 2.5 Kosmetik	39
2.5.1. Pengertian Kosmetik	39
2.5.2 Penggolongan Kosmetik	40

BAB III METODOLOGI	41
3.1. Gambaran Umum	41
3.1.1. Sejarah Singkat PT. Paragon Technology and Innovation	41
3.1.2. Wardah C-Defense Serum dan DD Cream	44
3.2. Wawancara	50
3.3. Kuisioner.....	51
3.4 Observasi	77
BAB IV PERANCANGAN	86
2.5. Mind Mapping Perancangan	86
2.6. Brainstroming	88
2.7. Konsep Perancangan Promosi	91
4.3.1. Perancangan Visual Fotografi.....	94
4.3.5. Perancangan Layout.....	101
4.3.2. Konsep Visual Motion Graphic Promosi	110
4.3.3. Konsep Microsite	112
4.3.6. Konsep Tipografi	113
4.4. Aplikasi Media	114
4.4.1 Aplikasi pada Digital Out Of House (DOOH).....	114
4.4.2 Microsite www.wardahperlindungantotal.com.....	115
4.4.3 Instagram Sponsor Advertising.....	116
4.4.4 Aplikasi pada Display Retail	117
4.5. Media Plan.....	118
4.6. Budgeting	119

BAB V PENUTUP	121
5.1. Kesimpulan.....	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	x
Lampiran	xiii



UMN