



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 BRAND COMMUNICATION*

LION AIR

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Edho Yoko Ferdy Tjajadi
NIM : 14120210020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edho Yoko Ferdy Tjajadi

NIM : 14120210020

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN *VISUAL BRAND COMMUNICATION*

LION AIR

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 dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Juli 2018



Edho Yoko Ferdy Tjajadi

iii

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN *VISUAL BRAND COMMUNICATION*

LION AIR

Oleh

Nama : Edho Yoko Ferdy Tjajadi
NIM : 14120210020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 17 Juli 2018

Pembimbing



Erwin Alfian S.Sn., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

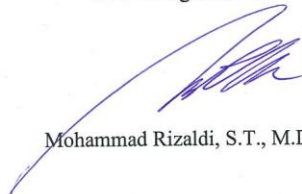


Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds.



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

iv

MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Penulis memilih topik pembahasan ini dikarenakan alat transportasi udara merupakan salah satu alat transportasi yang selalu digunakan orang-orang untuk berpergian antar pulau dan waktu merupakan hal yang sangat penting, "Time is money" (Benjamin Franklin).

Tujuan dari penulisan laporan ini adalah supaya orang-orang yang tinggal di daerah Jabodetabek dan luar Jabodetabek dapat mengetahui sisi positif dari Lion Air dan mengubah pemikiran negatif mereka terhadap Lion Air.

Penulis mendapatkan banyak sekali pelajaran dari penulisan laporan tugas akhir ini. Dari cara menulis laporan yang benar, membuat pertanyaan kuesioner, membuat pertanyaan wawancara, cara presentasi yang baik, dan sebagainya. Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara dan orang lain yang membacanya.

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan YME sehingga laporan tugas akhir berjudul "Perancangan *Visual Brand Commiunication* Lion Air" dapat berjalan dengan lancar tanpa kendala yang berarti. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi.
2. Erwin Alfian S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing yang sabar dan membimbing saya dengan baik sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

ABSTRAKSI

3. Kepada para narasumber yang saya hormati yaitu Rahma Handoko selaku *public relation* di *Lion Air Grup*, dan Aldonivansdio selaku pilot di *Batik Air* yang telah meluangkan waktunya untuk pengumpulan data.
4. Teman-teman satu bimbingan tugas akhir, Aileen Novera, Anastasia Marta, Bella Cancery, Hans Kristian, Nabila, Pieter Jansen, Rachel Ariella, Regina, Ricky Putra, Yohana, Yulia Ciputri dan lainnya.
5. Melica Anthea dan komunitas *Organic Ministry* atas dukungan, doa, semangat, tukar pikiran dan saran sehingga penulis dapat mengerjakan tugas akhir lebih kritis dan giat.
6. Pihak keluarga, Papa, Mama, Edwin, Rini atas semangat dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Tangerang, 4 Juli 2018



Edho Yoko Ferdy Tjajadi

Meningkatnya jumlah pengguna transportasi udara belakangan ini menjadi salah satu masalah yang mengkhawatirkan, beberapa maskapai penerbangan mengalami keterlambatan waktu/terbang tidak sesuai jadwal yang sudah ditentukan, salah satu maskapai penerbangan yakni Lion Air memiliki *image* buruk dikarenakan masalah keterlambatan waktu. Sehingga dibutuhkannya perbaikan *mindset* konsumen terhadap Lion Air untuk mencegah dampak buruk dikemudian hari, oleh karena itu dengan perancangan *Visual Brand Communication* Lion Air diharapkan dapat mengubah citra buruk serta memberikan awareness kepada konsumen terhadap Maskapai penerbangan Lion Air.

Kata Kunci: *Image, brand, Keterlambatan Waktu.*



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



ABSTRACT

The increasing number of users of this service has become one of the worrying issues, some airlines report that there is no exact timetable, one Lion Air airline has a bad image because of the timing issue. So the consumer mindset need to be fixed of the late Lion Air will have a bad impact on Lion Air, because it is with the design of Visual Brand Communication Lion Air can provide a bad image and provide awareness to consumers of Lion Air flight.

*Keyword: **Image, Brand, Time Delay.***

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

PERANCANGAN <i>VISUAL BRAND COMMUNICATION</i> LION AIR	I
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR PUSTAKA	XVI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Brand.....	5
2.1.1. Manfaat Brand.....	8
2.1.2. Tujuan Brand.....	9
2.1.3. <i>Positioning</i>	9
2.1.4. <i>Brand Equity</i>	10
2.2. <i>Brand Communication</i>	11
2.2.1. Fungsi Brand Communication	11

2.2.2.	Proses Brand Communication.....	12
2.3.	<i>Advertising</i> sebagai <i>Brand Communication</i>	15
2.3.1.	Strategi Komunikasi <i>Brand</i> dalam Iklan.....	16
2.3.1.	Strategi Komunikasi <i>Brand</i> dalam Iklan.....	17
2.4.	Warna.....	18
2.5.	Tipografi.....	19
2.6.	Image.....	25
2.7.	Metonimi dan Metafora.....	26
2.8.	Persuasi.....	27
2.9.	AIDA.....	28
2.10.	<i>Copywriting</i>	28
2.11.	<i>Layout</i>	29

BAB III METODOLOGI 33

3.1.	Gambaran Umum Lion Air.....	33
3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.2.1.	Wawancara.....	34
3.2.2.	Analisis Wawancara.....	35
3.2.3.	Kuesioner.....	36
3.3.	Metode Perancangan.....	41

BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS 34

4.1.	Konsep Perancangan.....	34
4.1.1.	Tujuan Perancangan.....	34

4.1.2.	Strategi Komunikasi.....	44
4.1.3.	Pengembangan Konsep.....	44
4.1.4.	<i>Mind Map</i> Perancangan.....	45
4.1.5.	Proses Perancangan.....	46
4.1.6.	<i>Creative Brief</i>	46
4.1.7.	AIDA.....	47
4.1.8.	Persuasi.....	49
4.1.9.	Pesan.....	49
4.1.10.	Narasi.....	50
4.1.11.	<i>Copywriting</i>	51
4.1.12.	<i>Image</i>	52
4.1.13.	Tipografi.....	55
4.1.14.	<i>Layout</i>	56
BAB V.....		72
PENUTUP.....		72

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Color Wheel dan kombinasi warna	18
Gambar 2.2 Superfamily	20
Gambar 2.3 Kerning, Tracking dan Leading	22
Gambar 2.4 Aesthetic Tailoring 2.....	24
Gambar 2. 5 Aesthetic Tailoring 2.....	25
Gambar 2.6. Struktur grid	32
Gambar 3.1 Penulis bersama Rahma Handoko.....	35
Gambar 4.1 Mind map	45
Gambar 4.2 Studi Visualisasi.....	53
Gambar 4.3 Proses sketsa hingga final.	54
Gambar 4.4 Simply Rounded typeface	56
Gambar 4.5. Sistem grid pada poster	57
Gambar 4.6. Pengaplikasian grid pada layout poster.....	57
Gambar 4.7 Poster Lion Air.....	58
Gambar 4.8 Brosur	59
Gambar 4.9 Brosur 2	59
Gambar 4.10 Brosur 3	60
Gambar 4.11 Brosur 4.....	60
Gambar 4.12 Moving Ads di mobil Avanza.....	61
Gambar 4.13 Moving Ads di ojek online.....	61
Gambar 4.14 Website di Imac.....	62
Gambar 4.15 Website di Ipad	62

Gambar 4.16 Website di Iphone	63
Gambar 4.17 Neck Pillow	64
Gambar 4.18 Mug	64
Gambar 4.19. Pin	65
Gambar 4.20. Luggage Tag.....	65
Gambar 4.21 Wristband	66
Gambar 4.22 Wristband	66
Gambar 4.23 Topi	67
Gambar 4.24 Tumblr.....	68
Gambar 4.25 materi promosi di Facebook.....	69
Gambar 4.26 materi promosi di Twitter.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 AIDA.....	47
Tabel 4.2 Jadwal dan durasi promosi.....	70
Tabel 4.3 Budgeting.....	71

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Kartu Bimbingan Tugas Akhir	75
LAMPIRAN B: Validasi Keuangan	78



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA