

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat, berkah dan anugerah-Nya tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Adapun tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desai Program Studi Desain Komunikasi Visual di Institut Manajemen Telkom.

Penulisan laporan tugas akhir ini tentunya tidak lepas dari berbagai pihak yang telah begitu banyak memberi bantuan dan dukungan kepada penulis, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. DKV Institut Manajemen Telkom sebagai institusi penulis menempuh pendidikan
2. Drs. Mohamad Tohir, S.St., M.Ds. selaku Dosen pembimbing I Tugas Akhir
3. Dicky Hidayat, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir
4. Dr. Alvanov Zpalanzani, ST., M.Ds. selaku Dosen Penguji I Tugas Akhir
5. Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Penguji II Tugas Akhir
6. Hotel Novotel Semarang sebagai institusi pemberi proyek

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dan keterbatasan pengetahuan dalam proses perancangat tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, kritik, dan saran yang membangun untuk kemajuan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan juga bagi penulis tentunya.

Bandung, 15 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR/FOTO	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.3 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Rumusan Masalah	5
1.4 Ruang Lingkup	5
1.5 Tujuan Perancangan	6
1.6 Cara Pengumpulan Data	6
1.7 Skema Perancangan	8
1.8 Pembabakan	9
BAB II DASAR PEMIKIRAN	10
2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2.1.1 Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2.1.2 Jenis <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
2.1.3 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	12
2.2 Kampanye	12
2.2.1 Jenis Kampanye	13
2.2.2 Target Kampanye	14
2.2.3 Teknik Kampanye	14
2.2.4 Proses Kampanye	15
2.2.5 Media	16
2.2.6 Media Kampanye	17

2.2.7 Jenis Media Kampanye	17
2.2.8 Media <i>Planing</i>	18
2.2.9 Bentuk Media	19
2.3 Komunikasi Visual	21
2.3.1 Desain Komunikasi Visual	22
2.3.2 Ilustrasi	22
2.3.3 Warna	23
2.3.4 <i>Layout</i>	23
2.3.5 Tipografi	24
2.3.6 Unsur Budaya	25
2.4 Teori SWOT	26
2.4.1 Model Matrix Analisis SWOT	27
2.4.2 Alternatif Strategi	28
2.5 Teori AIDA	29
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	31
3.1 Data	31
3.1.1 Data Institusi Pemberi Proyek	31
3.1.2 Program Corporate Social Responsibility "Planet 21"	34
3.1.3 Fokus Perancangan Kampanye "Planet 21"	37
3.1.4 Data Khalayak	38
3.1.5 Hasil Wawancara	45
3.1.6 Data Proyek Sejenis : LightStay Hilton	46
3.2 Analisis	52
3.2.1 Analisis SWOT	52
3.2.2 Analisis AIDA	56
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	58
4.1 Konsep Komunikasi	58
4.2 Konsep Kreatif	61
4.3 Konsep Visual	66
4.4 Konsep Media	71
4.5 Hasil Perancangan	79

BAB V PENUTUP	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Matrix SWOT	25
Tabel 3.1	Tabel Perbandingan Proyek Sejenis	51
Tabel 3.2	Matrix Analisis SWOT	54
Tabel 3.3	Perhitungan nilai poin S dan W	59
Tabel 4.1	Model Dagmar	53
Tabel 4.2	Timeline Kampanye	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	8
Gambar 2.1	Matrix SWOT	28
Gambar 2.2	Tahapan AIDA.....	29
Gambar 3.1	Logo Accor	31
Gambar 3.2	Penyebaran Hotel Accor di Dunia	32
Gambar 3.3	<i>Brand</i> Accor dan Segmentasinya.....	32
Gambar 3.4	Logo Novotel Semarang	33
Gambar 3.5	Skema Hubungan Accor dengan Novotel Semarang.....	34
Gambar 3.6	Point 7 Pilar 21 Komitmen “Planet 21”	35
Gambar 3.7	Logo “Planet 21”	36
Gambar 3.8	Aplikasi Logo “Planet 21” pada Area Hotel.....	36
Gambar 3.9	<i>Press Realese</i> Penanaman Mangrove Novotel Semarang	37
Gambar 3.10	Persentase Awarenes Responden Terhadap CSR	38
Gambar 3.11	Persentase Awarenes Novotel Semarang.....	39
Gambar 3.12	Persentase usia responden.....	39
Gambar 3.13	Persentase Jenis Kelamin Responden	39
Gambar 3.14	Persentase Pendidikan responden	40
Gambar 3.15	Persentase Penghasilan responden.....	40
Gambar 3.16	Persentase Pekerjaan Responden	41
Gambar 3.17	Persentase tempat tinggal Responden.....	41
Gambar 3.18	Peringkat Media Informasi Responden.....	41
Gambar 3.19	Grafik Hasil Pertanyaan inti kuesioner	42
Gambar 3.20	Logo Hilton.....	47
Gambar 3.21	Logo <i>LightStay</i>	47
Gambar 2.22	Persentase pengurangan pengeluaran	48
Gambar 3.23	Media publikasi Light Stay.....	50
Gambar 3.24	Kuadran SWOT	55

Gambar 4.1	Gambang.....	62
Gambar 4.2	Kotak kayu ukir motif “truntum”.....	63
Gambar 4.3	Mangrove.....	64
Gambar 4.4	Gunungan.....	65
Gambar 4.5	Tugu muda.....	66
Gambar 4.6	Ilustrasi Gambang.....	67
Gambar 4.7	Century Gothic.....	67
Gambar 4.8	<i>Layout</i> tahap 1.....	68
Gambar 4.9	<i>Layout</i> tahap 2.....	68
Gambar 4.10	<i>Layout</i> Tahap 3.....	69
Gambar 4.11	Warna yang akan dipakai.....	69
Gambar 4.12	<i>Billboard</i> tahap 1.....	79
Gambar 4.13	Iklan Koran tahap 1.....	80
Gambar 4.14	Iklan Majalah Tahap 1.....	80
Gambar 4.15	<i>Popup website</i> suaramerdeka.com tahap 1.....	81
Gambar 4.16	<i>Popup website</i> Novotelsemarang.com tahap 1.....	81
Gambar 4.17	<i>Screenshot</i> popup tahap 1.....	82
Gambar 4.18	<i>Billboard</i> tahap 2.....	83
Gambar 4.19	Advertorial Koran tahap 2.....	83
Gambar 4.20	Advertorial Majalah tahap 2.....	84
Gambar 4.21	iklan <i>website</i> Suaramerdeka.com tahap 2.....	84
Gambar 4.22	iklan <i>website</i> novotelsemarang,com tahap 2.....	85
Gambar 4.23	<i>Screenshot</i> banner tahap 2.....	86
Gambar 4.24	<i>Flyer</i> tahap 2.....	86
Gambar 4.25	<i>Cover</i> notes.....	87
Gambar 4.26	Isi pembuka.....	87

Gambar 4.27	Pembatas note 7 pilar	88
Gambar 4.28	Isi dan Kalender Notes	89
Gambar 4.29	Penutup notes	90
Gambar 4.30	<i>Artwork</i> notes	90
Gambar 4.31	Dummy Notes	91
Gambar 4.32	<i>Billboard</i> tahap 3	91
Gambar 4.33	Iklan Koran tahap 3	92
Gambar 4.34	Iklan Majalah Tahap 3	92
Gambar 4.35	Iklan <i>website</i> suaramerdeka.com tahap 3	93
Gambar 4.36	Iklan <i>Website</i> novotelsemarang.com tahap 3	93
Gambar 4.37	<i>Screenshot banner</i> tahap 3	94
Gambar 4.38	Desain Mug.....	94
Gambar 4.39	Dummy Mug.....	94
Gambar 4.40	Desain Kalender.....	95
Gambar 4.41	Dummy Kalender.....	95