

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Perancangan Media Promosi Klinik Bersalin Barokah”**. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Sekolah Komunikasi Multimedia Institut Manajemen Telkom.

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang memberikan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyusun laporan ini.
2. Bapak Bijaksana Prabawa, S. Ds., M. M dan Ibu Ati Mustikasari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir.
3. Bapak Drs. Mohamad Tohir S.ST., M.Ds dan Ibu Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn selaku penguji sidang tugas akhir.
4. Ridwan Kurnia S.T. selaku direktur utama atas ijin dan bantuannya dalam pengumpulan data.
5. Serta semua pihak yang membantu penyusunan Tugas Akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, baik bagi penulis maupun setiap orang yang membacanya. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung 16 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Identifikasi Masalah	2
I.3 Rumusan Masalah	2
I.4 Fokus Masalah	2
I.5 Tujuan Perancangan	2
I.6 Cara Pengumpulan Data	3
I.7 Kerangka Perancangan	4
I.8 Pembabakan	4
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
II.1 Manajemen	6
II.1.1 STP	6
II.1.2 <i>Marketing Mix</i>	9
II.1.3 SWOT	10
II.2 Pemasaran Terpadu	12
II.3 Media Promosi	13
II.3.1 Jenis-Jenis Media	14
II.4 Komunikasi	17
II.5 Visual	19
II.5.1 <i>Image</i>	19
II.5.2 Tipografi	20

II.5.3 Warna	22
II.5.4 Layout	26
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
III.1 Data Perusahaan	30
III.1.1 Profil Klinik Bersalin Barokah	30
III.1.2 Produk/Jasa	31
III.1.3 Khalayak Sasaran	33
III.1.4 Fakta dan Permasalahan yang dihadapi	34
III.1.5 Data Wawancara	35
III.1.6 Data Kuisiomer	38
III.1.7 Data Pesaing	44
III.2 Analisis Data	50
III.2.1 Analisis Wawancara	50
III.2.2 Analisis Kuisiomer	50
III.2.3 Matrik Tinjauan Pesaing	51
III.2.4 Kesimpulan	52
III.2.5 Analisis SWOT Klinik Barokah	53
III.2.6 Analisis STP	56
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
IV.1 Konsep Komunikasi	57
IV.2 Konsep Kreatif	58
IV.3 Konsep Media	58
IV.4 Konsep Visual	62
IV.4.1 <i>Image</i>	62
IV.4.2 Verbal	63
IV.4.3 <i>Layout</i>	63
IV.4.4 Warna	64
IV.4.5 Tipografi	65
IV.5 Hasil Perancangan	64
IV.5.1 <i>Website</i>	67
IV.5.2 Facebook	68
IV.5.3 Twitter	68

IV.5.4 Iklan Tabloid	69
IV.5.5 Papan Nama	70
IV.5.6 Spanduk	71
IV.5.7 <i>X-Banner</i>	72
IV.5.8 Brosur	73
IV.5.9 <i>Flyer</i>	74
IV.5.10 Stiker	75
IV.5.11 Selimut Bayi	75
IV.5.12 <i>Paper Bag</i>	76
IV.5.13 <i>Folding Map</i>	77
IV.5.14 <i>Washlap</i>	77
IV.5.15 Buku Menuju Sehat	78
IV.5.16 Perlak	81
BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan	82
V.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
LAMPIRAN	xvi

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kerangka Perancangan	4
Gambar II.1 Analisis SWOT	10
Gambar II.2 Warna	23
Gambar II.3 Warna RGB	23
Gambar II.3 Warna CMYK	24
Gambar III.1 Logo Klinik Barokah	30
Gambar III.2 Klinik Barokah Tampak Depan	31
Gambar III.3 Ruang Tunggu Lantai 1	32
Gambar III.4 Ruang Periksa	32
Gambar III.5 Ruang Tindakan	33
Gambar III.6 Direktur Utama Klinik Bersalin Barokah	35
Gambar III.7 Grafik Usia Responden	38
Gambar III.8 Grafik Pendidikan Terakhir Responden	38
Gambar III.9 Grafik Tempat Tinggal Responden	39
Gambar III.10 Grafik Pekerjaan Responden	39
Gambar III.11 Grafik Penghasilan Responden	40
Gambar III.12 Grafik Pengetahuan Klinik Barokah	40
Gambar III.13 Grafik Sumber Pengetahuan Lokasi Klinik Barokah	41
Gambar III.14 Grafik Pemilihan Tempat Bersalin	41
Gambar III.15 Grafik Faktor Pemilihan Tempat Bersalin	42
Gambar III.16 Grafik Pemikiran Mengenai Klinik Bersalin	42
Gambar III.17 Grafik Pelayanan Yang Diharapkan Dari Klinik	43
Gambar III.18 Grafik Cara Responden Mendapatkan Informasi Klinik	43
Gambar III.19 Papan Nama Klinik Melati Bunda	44
Gambar III.20 Klinik Melati Bunda Tampak Depan	45
Gambar III.21 Klinik Mutiara Cikutra Tampak Depan	46
Gambar III.22 <i>Ambulance</i> Klinik Mutiara Cikutra	48
Gambar III.23 Brosur Klinik Mutiara Cikutra	48
Gambar III.24 <i>Screen Shot</i> Media Jejaring Facebook Mutiara Cikutra	49
Gambar III.25 <i>Screen Shot</i> Media Jejaring Twitter Mutiara Cikutra	49

Gambar III.26 Posisi Strategi SWOT	55
Gambar IV.1 Contoh Gambar Fotografi dan Ilustrasi	63
Gambar IV.2 Contoh Bahasa Yang Tidak Kaku	63
Gambar IV.3 Layout Grid	64
Gambar IV.4 Skema Warna Utama	64
Gambar IV.5 Skema Warna Pendukung	65
Gambar IV.6 Huruf Blessed Day	65
Gambar IV.7 Huruf Arial Rounded	66
Gambar IV.8 Huruf Angelina	66
Gambar IV.9 <i>Website</i>	67
Gambar IV.10 Tampilan Facebook	68
Gambar IV.11 Tampilan Twitter	68
Gambar IV.12 Iklan Tabloid	69
Gambar IV.13 Penerapan Iklan Pada Tabloid	69
Gambar IV.14 Papan Nama	70
Gambar IV.15 Penerapan Papan Nama	70
Gambar IV.16 Spanduk	71
Gambar IV.17 Penerapan Spanduk	71
Gambar IV.18 <i>X-Banner</i>	72
Gambar IV.19 Penerapan <i>X-Banner</i>	72
Gambar IV.20 Brosur	73
Gambar IV.21 <i>Flyer</i>	74
Gambar IV.22 Stiker	75
Gambae IV.23 Selimut Bayi	75
Gambar IV.24 <i>Paper Bag</i>	76
Gambar IV.25 <i>Folding Map</i>	77
Gambar IV.26 <i>Washlap</i>	77
Gambar IV.27 Cover Buku Menuju Sehat	78
Gambar IV.28 Buku Menuju Sehat Hal 1-2	78
Gambar IV.29 Buku Menuju Sehat Hal 3-4	79
Gambar IV.30 Buku Menuju Sehat Hal 5-6	79
Gambar IV.31 Buku Menuju Sehat Hal 7-8	80

Gambar IV.32 Buku Menuju Sehat Hal 9-10	80
Gambar IV.33 Buku Menuju Sehat Hal 11-22	81
Gambar IV.34 Perlak	81

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Kelas Sosial dan Penghasilan	7
Tabel II.2 Matrik SWOT	11
Tabel II.3 Perbandingan Majalah dan Koran	14
Tabel II.4 Karakteristik Media Luar Ruang	16
Tabel II.5 Karakteristik Internet	17
Tabel II.6 Kelompok Huruf	21
Tabel II.7 Definisi Warna	24
Tabel II.8 Jenis – Jenis Layout	27
Tabel III.1 Tarif Pelayanan Klinik Bersalin Barokah	31
Tabel III.2 Jumlah Persalinan Klinik Bersalin Barokah	33
Tabel III.3 Tarif Pelayanan Klinik Melati Bunda	45
Tabel III.4 Tarif Pelayanan Klinik Mutiara Cikutra	47
Tabel III.5 Matrik Tinjauan Pesaing	51
Tabel III.6 Pembobotan Matrik SWOT	54
Tabel III.7 Matrik SWOT	55
Tabel IV.1 Konsep Komunikasi Klinik Barokah	57
Tabel IV.2 Pengelompokan Media	58
Tabel IV.3 Pembagian <i>Merchandise</i>	62
Tabel IV.4 Definisi Warna	65