

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan anugerah-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul “**Perancangan Media Promosi Sepatu 403atteindre**” dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Sekolah Komunikasi Multimedia, Institut Manajemen Telkom.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Bijaksana Prabawa, S.Ds., MM dan ibu Ati Mustikasari, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, membantu dan memberi arahan dalam penyusunan Tugas Akhir.
2. Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M.Sn dan bapak Patra Aditia, S,Ds., M.Ds selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan Tugas Akhir.
3. Pemilik 403atteindre, yang telah memberi ijin dan membantu dalam proses pengumpulan data.
4. Seluruh pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata, semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, Juli 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Judul</b> .....	i
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	ii
<b>Lembar Pernyataan</b> .....	iii
<b>Kata Pengantar</b> .....	iv
<b>Abstrak</b> .....	v
<b>Abstract</b> .....	vi
<b>Daftar Isi</b> .....	vii
<b>Daftar Tabel</b> .....	x
<b>Daftar Gambar</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	2
1.2.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Fokus .....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	3
1.5 Cara Pengumpulan Data .....	3
1.6 Kerangka Perancangan .....	5
1.7 Pembabakan.....	5
<b>BAB II DASAR PEMIKIRAN</b>	
2.1 Teori Manajemen .....	7
2.1.1 Teori Pemasaran .....	7
2.1.2 Teori Promosi .....	8
2.1.3 STP .....	10
2.1.4 Kategori Umur.....	11
2.2 Teori Komunikasi.....	11
2.3 Teori Desain .....	15
2.3.1 Image .....	15
2.3.2 Teori Layout .....	17
2.3.3 Teori Warna.....	19

2.3.1 Teori Tipografi .....	20
2.4 Media .....	22
<b>BAB III DATA DAN ANALISIS</b>	
3.1 Data Perusahaan .....	24
3.1.1 Profil 403atteindre .....	24
A. Sejarah .....	26
B. Data Produk .....	27
C. Proses Bisnis .....	29
D. Khalayak Sasaran .....	30
E. Data Wawancara .....	31
F. Tinjauan Promosi terdahului .....	32
3.1.2 Tinjauan Terhadap Usaha sejenis .....	35
3.2 Analisis Data .....	44
3.2.1 Analisi Wawancara.....	44
3.2.2 Kuesioner.....	44
3.2.3 Analisis SWOT 403atteindre.....	48
3.2.4 Matriks SWOT 403atteindre .....	50
3.2.5 Analisis Matriks SWOT .....	51
3.2.6 Analisis Bauran Pemasaran .....	51
<b>BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN</b>	
4.1 Konsep Komunikasi .....	53
4.1.1 Tujuan Komunikasi .....	53
4.1.2 Sasaran Komunikasi .....	54
4.1.3 Strategi Komunikasi .....	54
4.1.4 Tagline .....	54
4.2 Konsep Kreatif .....	55
4.3 Konsep Visual .....	56
A. Gaya Gambar .....	56
B. Verbal.....	56
C. Tipografi .....	57
D. Warna.....	58

E. <i>Layout</i> .....	60
4.4 Konsep Media.....	61
4.4.1 Budgeting Media .....	64
4.5 Hasil Perancangan .....	66
4.5.1 <i>Flyer</i> .....	66
4.5.2 <i>Digital Poster</i> .....	67
4.5.3 Iklan Majalah.....	68
4.5.4 <i>X-Banner</i> .....	68
4.5.5 Katalog .....	69
4.5.6 <i>Website</i> .....	70
4.5.7 <i>Social Media</i> .....	71
4.5.8 <i>Goodie Bag</i> .....	72
4.5.9 Kain Lap Sepatu .....	72
4.5.9 Kotak Sepatu .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran .....	74
<b>Daftar Pustaka</b> .....	75
<b>Lampiran</b> .....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel II.3 Warna.....	19
Tabel II.4 Karakteristik Media .....	22
Tabel III.1 Matriks Tinjauan Usaha Sejenis.....	41
Tabel III.2 Matriks SWOT .....	50
Tabel IV.1 Klasifikasi Media Promosi Berdasarkan Tahapan Komunikasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Fotografi.....	16
Gambar II.2 Fotografi.....	17
Gambar III.1 Logo Perusahaan .....	24
Gambar III.2 Foto Toko 403atteindre .....	25
Gambar III.3 Foto tempat produksi 403atteindre.....	26
Gambar III.4 Foto sepatu 403atteindre wanita.....	27
Gambar III.5 Foto tas wanita 403atteindre.....	28
Gambar III.6 Foto sepatu 403atteindre pria .....	28
Gambar III.7 Foto kemeja 403atteidnre pria .....	29
Gambar III.8 <i>Flowchart</i> proses bisnis.....	29
Gambar III.9 Blackberry Messenger dan instagram 403atteindre .....	32
Gambar III.10 Tampilan Twitter 403atteindre.....	33
Gambar III.11 Tampilan Facebook 403atteindre .....	33
Gambar III.12 <i>Endorsement</i> artist 403atteindre.....	34
Gambar III.13 Logo Clarence .....	35
Gambar III.14 Produk sepatu Clarence .....	36
Gambar III.15 Foto katalog Clarence .....	36
Gambar III.16 Logo ECAD.....	37
Gambar III.17 Produk sepatu ECAD .....	38
Gambar III.18 Foto both pameran.....	38
Gambar III.19 Katalog ECAD.....	39
Gambar III.20 <i>X-banner</i> ECAD .....	39
Gambar III.21 Tampilan blog ECAD.....	40
Gambar III.22 Tampilan facebook ECAD .....	40
Gambar IV.1 Contoh fotografi.....	56
Gambar IV.2 Huruf Helvetica 95.....	57
Gambar IV.3 Huruf AHDN.....	57
Gambar IV.4 Huruf Eras Demi ITC.....	58
Gambar IV.5 Skema warna utama .....	58
Gambar IV.6 Skema warna pendukung .....	60

Gambar IV.7 Desain <i>flyer</i> .....	66
Gambar IV.8 <i>Digital poster</i> untuk sepatu wanita.....	67
Gambar IV.9 <i>Digital poster</i> untuk sepatu pria.....	67
Gambar IV.10 Iklan Majalah.....	68
Gambar IV.11 <i>X-banner</i> .....	68
Gambar IV.12 Desain Katalog.....	69
Gambar IV.13 Desain Katalog.....	69
Gambar IV.14 <i>Website</i> .....	70
Gambar IV.15 Desain <i>Social Media</i> .....	71
Gambar IV.16 Desain <i>Social Media</i> .....	71
Gambar IV.17 <i>Goodie bag</i> .....	72
Gambar IV.18 Kain lap sepatu.....	72
Gambar IV.19 kotak Sepatu.....	73