

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan. Dalam pengantar karya tugas akhir ini penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna.

Pengantar karya tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, masukan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT untuk semua kemudahan dan pertolongan-Nya.
2. Kedua orang tua penulis Bapak Ir. Maman Suparman dan Tati Hartati yang senantiasa memberikan dukungan semangat moriil dan finansial serta kepercayaan dan doa secara terus menerus
3. Bapak Didit Widiatmoko, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Telkom University
4. Kepada Dosen pembimbing, Bapak Aris Rahmansyah, S.Sn, M.ds, yang bersedia meluangkan waktunya serta selalu memberikan saran dan masukan untuk kelancaran karya tugas akhir ini.
5. Dosen-dosen penguji, Bapak Jerry Dounald Rahajaan, S.Sn, M.Sn, Bapak Teddy Hendiawan, S.Sn, M.Sn, dan Bapak Riksa Belasunda Drs, S.St, M.Ds atas masukan dan motivasi untuk perbaikan penulisan dan perancangan karya Tugas Akhir ini.
6. Joko Dwi Prasetyo yang selalu memberi dukungan dan motivasi dalam pengerjaan karya tugas akhir ini.
7. Teman-teman angkatan 2010, khususnya Rischa Pramanix, Ghea Andarini, Vera Marisna, dan Annisa Aulia yang saling membantu dalam penyelsaian Karya tugas akhir ini.
8. Dan semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga segala sesuatu yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Bandung, 27 Juni 2014
Penanggung jawab Yudiris/ Penulis

Risma Gantini Suparman
1401100156

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR SKEMA.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Ruang Lingkup Masalah.....	4
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Metode Pengumpulan data dan Analisis	5
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.2 Metode Pengumpulan Data	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Tujuan Promosi.....	9
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	10
2.1.3 Bauran Promosi.....	11
2.2 <i>Softsell</i>	11
2.3 <i>Advergame</i>	12
2.4 Media	14
2.4.1 Unsur-unsur Media dalam <i>Game</i>	15

2.5	<i>Game</i>	18
2.5.1	Kategori <i>Game</i>	19
2.6	<i>Game</i> Simulasi.....	21
2.6.1	Jenis-jenis <i>game</i> simulasi	22
2.7	Perilaku Konsumen Remaja	23
2.8	Analisis dan Matriks SWOT.....	24
BAB III. DATA DAN ANALISIS		
3.1	Data.....	26
3.1.1	PT. Campina <i>Ice Cream Industry</i>	26
3.1.2	Concerto.....	29
3.1.3	Data Proyek Sejenis.....	31
3.1.4	Data Khalayak Sasaran.....	34
3.1.5	Hasil Perolehan Data	35
3.2	Analisis	38
3.2.1	Analisis perbandingan Kompetitor	38
3.2.2	Analisis SWOT.....	41
3.2.3	Matriks SWOT Campina	42
BAB IV. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		
4.1	Konsep Pesan.....	44
4.2	Konsep Kreatif.....	46
4.2.1	Strategi Konten	47
4.3	Konsep Media.....	51
4.3.1	Media Utama	51
4.3.2	Media Pendukung	51
4.4	Konsep Visual.....	52
4.4.1	Studi Karakter.....	52
4.4.2	Studi Bentuk	53
4.4.3	Studi Warna	54
4.4.4	Tipografi	55
4.4.5	Studi Background	56
4.4.6	Studi <i>Graphic User Interface</i>	57
4.5	Hasil Perancangan	57

4.5.1	Pra Produksi.....	57
4.5.2	Produksi.....	65
4.5.3	Pasca Produksi.....	72
BAB V. PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	80
5.2.1	Bagi Akademik.....	80
5.2.2	Bagi Perusahaan.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Logo Campina	26
Gambar 3.2.	<i>Ice cream cup</i> Campina	27
Gambar 3.3.	<i>Ice cream stick</i> Campina	27
Gambar 3.4.	<i>Ice cream cone</i> Campina	28
Gambar 3.5.	<i>Ice cream family pack</i> Campina	28
Gambar 3.6.	Logo Concerto	29
Gambar 3.7.	Varian rasa Concerto	29
Gambar 3.8.	Mc Donalds <i>Video game home</i>	31
Gambar 3.9.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i>	31
Gambar 3.10.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i>	32
Gambar 3.11.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i>	32
Gambar 3.12.	Mc Donalds <i>Video game gameplay</i>	33
Gambar 3.13.	Mc Donalds <i>Video game tutorial</i>	33
Gambar 3.14.	Grafik minat remaja terhadap merek es krim	36
Gambar 3.15.	Grafik remaja pengguna <i>gadget/smartphone</i>	36
Gambar 3.16.	Grafik Kebiasaan remaja menggunakan <i>gadget/smartphone</i>	37
Gambar 4.1.	Studi Karakter tipe pembeli	53
Gambar 4.2.	Studi Karakter ekspresi wajah.....	53
Gambar 4.3.	Studi bentuk tombol game.....	53
Gambar 4.4.	Studi bentuk objek dalam game	54
Gambar 4.5.	Skema warna utama	54
Gambar 4.6.	Skema warna pendukung.....	55
Gambar 4.7.	<i>Typeface</i> Bubblegum	55
Gambar 4.8.	<i>Typeface</i> Comfortaa bold	56
Gambar 4.9.	Studi visual <i>background</i>	56
Gambar 4.10.	Referensi <i>Graphic User Interface</i>	57
Gambar 4.11.	Logo <i>game</i> Campina Ice Cream Truck	65
Gambar 4.12.	Karakter <i>Basic Customers</i> Perempuan.....	66
Gambar 4.13.	Karakter <i>Basic Customers</i> Laki-laki	67
Gambar 4.14.	<i>Interface Loading page</i>	68

Gambar 4.15. <i>Interface main menu</i>	68
Gambar 4.16. <i>Interface play mode</i>	69
Gambar 4.17. <i>Interface fitur toko</i>	69
Gambar 4.18. <i>Interface fitur special gift</i>	70
Gambar 4.19. <i>Interface Reward special gift</i>	70
Gambar 4.20. <i>Interface Time's up/ game end</i>	71
Gambar 4.21. <i>Interface persediaan</i>	71
Gambar 4.22. <i>Desain iklan Banner Mobile</i>	72
Gambar 4.23. <i>Desain tampilan header Fan Page Facebook</i>	72
Gambar 4.24. <i>Desain Sticker</i>	73
Gambar 4.25. <i>Desain Wobbler</i>	73
Gambar 4.26. <i>Desain T-Shirt</i>	74
Gambar 4.27. <i>Desain Mug</i>	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pangsa Pasar Industri Eskrim di Indonesia	2
Tabel 2.1.	Warna berdasarkan respon psikologis	16
Tabel 3.1.	Analisa Perbandingan Kompetitor dari segi produk	38
Tabel 3.2.	Analisa Perbandingan Kompetitor dari segi kemasan.....	39
Tabel 3.3.	Analisa Perbandingan Kompetitor dari segi promosi.....	40
Tabel 3.4.	Analisa SWOT Produk Campina Concerto	41
Tabel 3.5.	Matriks SO-OW-TS-TW Produk Campina Concerto	42
Tabel 4.1.	<i>Game Design Document Game</i> “Campina Ice cream Truck”	58
Tabel 4.2.	<i>Wireframe</i> “Campina Ice cream Truck”	63
Tabel 4.3.	Timeline pemasaran media dengan metode AISAS	75
Tabel 4.4.	Tahap pengenalan <i>game</i>	76
Tabel 4.5.	Tahap pertumbuhan <i>game</i>	77
Tabel 4.6.	Tahap pematangan <i>game</i>	78

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1.	Skema Kerangka Perancangan	7
Skema 2.1.	<i>Promotional mix</i>	11
Skema 4.1	<i>Flowchart Campina Ice Cream Truck</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar pertanyaan Kuesioner	85
Lampiran 2.	Daftar pertanyaan Kuesioner	86
Lampiran 3.	Grafik ringkasan Kuesioner	87
Lampiran 4.	Grafik ringkasan Kuesioner	88
Lampiran 5.	Grafik ringkasan Kuesioner	89
Lampiran 6.	Grafik ringkasan Kuesioner	89
Lampiran 7	Daftar pertanyaan Wawancara	90