

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan berkat dan kasih-Nya karya Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat pada waktunya dengan baik.

Karya Tugas Akhir ini berisi tentang Perancangan dan Pengembangan Produk untuk *Clothing Brand* 'WHAAM!'. Dalam menyusun karya Tugas Akhir ini, Penulis memulainya dari pengumpulan data, survei, yang kemudian di analisa, kemudian diwujudkan dalam sebuah bentuk konsep, dan akhirnya dapat menjadi sebuah perancangan dalam bentuk visual dan karya. Selama proses perancangan dan pengembangan produk ini, Penulis memperoleh banyak manfaat, terutama mengenai merancang dan mengembangkan sebuah produk untuk sebuah bisnis clothing di Indonesia.

Penulis berharap bahwa karya ini dapat berguna bagi berbagai pihak. Dan dengan segala kerendahan hati, Penulis menghaturkan banyak terima kasih pada:

1. Tuhan Yesus
2. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M.Sn.
3. Bapak Riky Azharyandi Siswanto, S.Ds, Mdes dan Bapak Arry Mustikawan, B.Des, M.Ds selaku Koordinator Tugas Akhir.
4. Bapak Novian Denny Nugraha, S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing.
5. Kedua orang tua dan dua kakak laki-laki yang telah memberikan banyak dukungan dan doa.
6. Rekan-rekan dan semua pihak Desain Komunikasi Visual atas segala dukungan dan bantuannya.
7. Rekan-rekan satu bimbingan Henry Hermawan, Muhammad Luthfi Syauqi, Falah Muhammad Azhar dan Marlina Wulandari atas bantuannya dalam bertukar pikiran.
8. Sahabat dan saudara Suryani Wati Napitupulu, Fressilya Caroline Tampubolon, Ruth Amelia Tampubolon, Yossy Agustina Siburian dan Diana Beatrix Anastasya Malau atas bantuan, dukungan dan doa.

9. Rekan kerja, sahabat seperjuangan, dan kekasih Edwin Pratama, Ditha Primantari Putri, Sri Winda Melati atas bantuan, dukungan, *sharing* dan doa.
10. Koboi-koboi STISI Desain Komunikasi Visual angkatan 2005 dan kakak-kakak STISI Telkom Desain Komunikasi Visual angkatan 2009 atas bantuan dan dukungan yang kalian berikan.
11. Desanty Giwang Pratiwi yang sudah bersedia jadi model untuk karya Tugas Akhir saya, Andi Wahyu Zulkifli Yusuf jurusan Desain Interior angkatan 2010 dan Denny Yusuf Agastyan jurusan Desain Interior angkatan 2011 yang sudah bersedia membantu desain 3D.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat sebutkan namanya satu persatu yang telah menyumbangkan pikiran, tenaga, ilmu dan waktu yang amat berharga bagi Penulis. Semoga Tuhan melimpahkan Anda berkat dan karunia-Nya. Amin

Bandung, 17 Juli 2014

Lastriany Tampubolon

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR FOTO	xii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Tujuan Perancangan	4
1.6. Manfaat Perancangan	4
1.7. Metode Penelitian	5
1.8. Kerangka Perancangan	6
1.9. Pembabakan	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Teori Desain Komunikasi Visual	10
2.1.1. Proses Desain Komunikasi Visual	10
2.1.2. Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual	12
2.1.3. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual	13
2.2. Teori Ilustrasi	14
2.3. Teori Logo	17
2.3.1. Jenis-Jenis Logo	17

2.3.2.	Tahapan Membuat Logo	18
2.3.3.	Kriteria Logo	19
2.3.4.	Langkah Keputusan dalam Pembuatan Logo ..	20
2.3.5.	Identitas	22
2.4.	Teori Warna	24
2.4.1.	Makna Warna	25
2.4.2.	Warna <i>Pop Art</i>	26
2.5.	Teori Pemasaran	27
2.5.1.	Konsep Inti dan Pemasaran	29
2.5.2.	Perencanaan Pemasaran	32
2.5.3.	Kebutuhan dan Tren	33
2.5.4.	Segmentasi Pasar	34
2.6.	Teori <i>Brand</i>	35
2.7.	Teori Perilaku Konsumen	38
2.7.1.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	41
2.7.2.	Macam-Macam Model Perilaku Konsumen	44
2.7.3.	Tipe-Tipe Konsumen	46
2.8.	Teori Gaya Hidup	50
2.8.1.	Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	51
2.9.	Teori Pengembangan Produk	52
2.9.1.	Pengembangan Produk Baru	54
BAB III	DATA DAN ANALISIS MASALAH	56
3.1.	Data	56
3.1.1.	Data Produk	56
3.1.2.	Data Proyek Sejenis	57
3.1.3.	Data Usaha	61
3.1.4.	Data Khalayak Sasaran	64
3.1.5.	Data Kuisisioner	65
3.2.	<i>Pop Art</i>	68
3.2.1.	<i>Pop Art</i> Roy Lichtenstein	69

3.3.	Analisa Usaha	71
BAB IV	KONSEP DAN PERANCANGAN	84
4.1.	Konsep Perancangan Produk dan Bisnis	84
4.1.1.	<i>Brand</i> Bisnis	84
4.2.	Konsep Perancangan Produk	85
4.3.	Konsep Perancangan Desain	86
4.3.1.	<i>Branding</i> dan Visual	86
4.3.2.	<i>Design Surface</i>	86
4.4.	Konsep Pemasaran	93
4.5.	Strategi Komunikasi	96
4.5.1.	Bahasa Komunikasi	96
4.5.2.	<i>Unique Selling Point</i>	98
4.5.3.	<i>Emotional Selling Point</i>	98
4.5.4.	Konsep Toko	98
4.6.	Strategi Media	100
4.6.1.	<i>Media Choice</i>	100
4.6.2.	<i>Media Schedule</i>	101
4.6.3.	<i>Media Placement</i>	102
4.7.	Strategi Distribusi	106
4.8.	Strategi Kreatif	106
4.9.	Studi Penentuan Harga	107
4.10.	Studi Visual	115
4.10.1.	Warna	115
4.10.2.	Tipografi	117
4.10.3.	Ilustrasi	118
4.10.4.	Fotografi	121
4.10.5.	Proses Pengerjaan Karya	122
4.10.6.	Konsep Media	126
BAB V	PENUTUP	127

DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1. Kriteria Logo	20
Tabel 3.1. Analisa S.W.O.T 'WHAAM!'	74
Tabel 4.1. Media <i>Schedule</i>	101
Tabel 4.2. Media <i>Placement</i>	106

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1. Kerangka Perancangan Produk	6
Gambar 3.1. Logo DAMN! I Love Indonesia	57
Gambar 3.2. Produk DAMN! I Love Indonesia	59
Gambar 3.3. Logo Mahanagari Bandung	59
Gambar 3.4. Beberapa produk Mahanagari Bandung	61
Gambar 3.5. Matriks <i>Positioning</i>	81
Gambar 4.1. Logo 'WHAAM!'	84
Gambar 4.2. Karinding	87
Gambar 4.3. Detail desain Karinding	88
Gambar 4.4. Gadis Bali	89
Gambar 4.5. Wanita Flores	89
Gambar 4.6. Pemain Kuda Lumping	90
Gambar 4.7. Prajurit Nias	90
Gambar 4.8. Orang Papua	91
Gambar 4.9. Raisa Andriana, penyanyi Indonesia	91
Gambar 4.10. <i>Flyer</i>	92
Gambar 4.11. <i>Website Banner</i>	93
Gambar 4.12. <i>Sign system</i> toko untuk <i>unisex fitting room</i>	94
Gambar 4.13. Brosur Cetak	95
Gambar 4.14. Brosur <i>Online</i>	95
Gambar 4.15. Bahasa Bali	96
Gambar 4.16. Bahasa Inggris	97
Gambar 4.17. Bahasa Inggris untuk komunikasi dalam media promosi	97
Gambar 4.18. Toko tampak depan	99
Gambar 4.19. Toko bagian dalam	99
Gambar 4.20. <i>Sweater</i>	109
Gambar 4.21. <i>T-Shirt</i>	109
Gambar 4.22. <i>Tote bag</i>	110
Gambar 4.23. <i>Notebook</i>	111

Gambar 4.24.	<i>Postcard</i>	111
Gambar 4.25.	<i>Wall Art Panel</i>	112
Gambar 4.26.	Indeks Warna 1	115
Gambar 4.27.	Indeks Warna 2	116
Gambar 4.28.	Indeks Warna 3	116
Gambar 4.29.	Indeks Warna 4	117
Gambar 4.30.	Studi Visual Karinding	118
Gambar 4.31.	Studi Visual Gadis Bali	119
Gambar 4.32.	Studi Visual Wanita Flores	119
Gambar 4.33.	Studi Visual Pemain Kuda Lumping	119
Gambar 4.34.	Studi Visual Prajurit Nias	120
Gambar 4.35.	Studi Visual Orang Papua	120
Gambar 4.36.	Studi Visual Raisa Andriana	120
Gambar 4.37.	<i>Searching Images</i>	122
Gambar 4.38.	Pilih gambar untuk di unduh	123
Gambar 4.39.	Proses <i>tracing</i>	123
Gambar 4.40.	Proses pewarnaan pada objek <i>tracing</i>	123
Gambar 4.41.	Proses pewarnaan selesai	124
Gambar 4.42.	Proses pemberian <i>background</i>	124
Gambar 4.43.	Proses pemberian teks untuk gambar	124
Gambar 4.44.	Proses pemberian logo pada gambar	125
Gambar 4.45.	Proses menyimpan karya	125

DAFTAR FOTO

	Hal
Foto 4.1. Foto untuk Poster	121
Foto 4.2. Foto yang digunakan untuk <i>Flyer</i> , Brosur, Katalog, <i>X Banner</i> , <i>Web Banner</i>	121
Foto 4.3. Foto untuk Brosur <i>Online</i>	122

DAFTAR DIAGRAM

	Hal
Diagram 3.1. Presentase suka/tidaknya terhadap <i>pop art</i> karya Roy Lichtenstein	66
Diagram 3.2. Presentase produk yang disukai	66
Diagram 3.3. Presentase ketertarikan akan tempat belanja	67
Diagram 3.4. Presentase ketertarikan akan bisnis <i>clothing</i> ‘WHAAM!’	67
Diagram 3.5. Presentase warna favorit calon konsumen	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 <i>Sweater</i>	129
Lampiran 2 <i>Tote bag</i>	130
Lampiran 3 <i>Wall Art Panel</i>	130
Lampiran 4 <i>Notebook</i>	131
Lampiran 5 <i>Postcard</i>	131
Lampiran 6 <i>T-Shirt</i>	132
Lampiran 7 Logo 'WHAAM!'	132
Lampiran 8 Kartu Nama	133
Lampiran 9 Amplop Kecil	134
Lampiran 10 Amplop Besar	135
Lampiran 11 Nota Barang	137
Lampiran 12 <i>Member Card</i>	137
Lampiran 13 Kop Surat	138
Lampiran 14 <i>Vehicle Identity</i>	139
Lampiran 15 <i>Packaging</i>	139
Lampiran 16 Seragam Pegawai Toko	140
Lampiran 17 Poster <i>Event Market</i>	141
Lampiran 18 <i>Print Ad</i>	141
Lampiran 19 Brosur	142
Lampiran 20 <i>Web Banner</i>	143
Lampiran 21 Katalog 'WHAAM!'	144
Lampiran 22 <i>Flyer</i>	144
Lampiran 23 <i>X Banner</i>	145
Lampiran 24 <i>Exhibition Booth</i>	146
Lampiran 25 Poster	147
Lampiran 26 <i>Sign System Toko</i>	148
Lampiran 27 <i>Hangtag Produk</i>	149
Lampiran 28 Stiker	150
Lampiran 29 <i>Online Store</i>	150

Lampiran 30	Toko ‘WHAAM!’	151
Lampiran 31	Stiker Harga	152
Lampiran 32	Sketsa <i>T-Shirt</i>	152
Lampiran 33	Sketsa <i>Tote bag</i>	153
Lampiran 34	Sketsa <i>Sweater</i>	154
Lampiran 35	Sketsa <i>Notebook</i>	155
Lampiran 36	Sketsa <i>Wall Art Panel</i>	155
Lampiran 37	Sketsa Seragam Karyawan	155
Lampiran 38	Sketsa <i>Packaging</i>	156
Lampiran 39	Sketsa Toko ‘WHAAM!’	157
Lampiran 40	Sketsa <i>Exhibition Booth</i>	158
Lampiran 41	Sketsa <i>Layout Postcard</i>	160
Lampiran 42	Ukuran Tipografi	161
Lampiran 43	Ukuran Logo	161
Lampiran 44	Kuisisioner <i>Pop Art</i> karya Roy Lichtenstein	162
Lampiran 45	Hasil Kuisisioner <i>Pop Art</i> karya Roy Lichtenstein	168
Lampiran 46	Tes Desain	177
Lampiran 47	Hasil Tes Desain	193