

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa , atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penuli dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “PERANCANGAN APLIKASI MY30RUN SEBAGAI BAGIAN DARI KAMPANYE PROMOSI PRODUK MIZONE” . Penulisan pengantar ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menjalani ujian siding tugas akhir pada program Desain Komunikasi Visual Telkom University.

Selama masa penyusunan tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, baik berupa moril maupun materil dari berbagai pihak, yang sudah tanpa pamrih mengiringi tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang tanpa rahmat-Nya penulis tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan semangat moril, perhatian kepada penulis.
3. Bapak Ilhamsyah S.Sn, M.Ds, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Ira Wirasari S.Sos, M.Ds, Ibu Siti Deshinta S.Sn, M.Sn dan Pak Gandara Permana S.Sn selaku dosen penguji yang selalu memberikan masukan terhadap penulis.
5. Sahabat-sahabat penulis yang selalu berjuang bersama penulis khususnya kepada Yudha Trisna Aria, Shelly Gabrina Sani, Ira Mayang Sari, Hulda Kezia, Andhita Putri, Nabilah Ikbar, Faishal Abdllah dan Sambas Nugraha yang telah ada disamping penulis dikala suka dan duka
6. Kepada Fadliyati Ulya yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman angkatan 2010 dan teman-teman yang telah mendukung secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.

Dengan seluruh kerendahan hati, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada seluruh orang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya Semoga amal kebaikan mereka mendapat imbalan berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.

Bandung, 04 Juli 2014

Indira Vania Mukti

DAFTAR TABEL

Tabel 1.7 Kerangka Berfikir	7
Tabel 3.3 (1) Persentase Pengetahuan dan Manfaat Lari	51
Tabel 3.3 (2) Khalayak Sasaran yang Melakukan & Tidak Melakukan Lari Tiap Minggu.....	51
Tabel 3.3 (3) Analisis AOI	53
Tabel 3.4.1 (1) <i>Beginner Program</i>	56
Tabel 3.4.1 (2) <i>Run-Walk Program</i>	56
Tabel 3.4.2 (1) <i>User Interface</i>	57
Tabel 3.4.2 (2) <i>Flat Design Icons</i>	58
Tabel 3.4.3 (1) Matriks Analisa SWOT	60
Tabel 3.4.4 (1) Analisis Kegiatan Sejenis	63
Tabel 3.4.4 (2) Analisis SWOT Terhadap Kegiatan Sejenis	64
Tabel 3.4.4 (3) Analisis Media Terhadap Teori Desain	67
Tabel 3.5 (1) Skema AIDA	67
Tabel 4.1.4 (1) <i>Timeline Media</i>	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.8 (1) Piramida Kesadaran Merek	20
Gambar 2.13.1 (1) Warna	30
Gambar 2.13.2 (2) Model <i>Layout Top Index</i>	32
Gambar 2.13.2 (3) Model <i>Layout Bottom Index</i>	32
Gambar 2.13.2 (4) Model <i>Layout Left Index</i>	33
Gambar 2.13.2 (5) Model <i>Layout Right Index</i>	33
Gambar 2.13.2 (6) Model <i>Layout Split-Left</i>	34
Gambar 2.13.2 (7) Model <i>Layout Top-Bottom</i>	34
Gambar 2.13.2 (8) Model <i>Layout Alternating Index</i>	35
Gambar 3.1.2 (1) Produk Mizone	44
Gambar 3.2 (1) Produk Pocari Sweat	48
Gambar 3.2 (2) Aplikasi Go Sweat Go Ion.....	48
Gambar 3.2 (3) Produk Anlene.....	49
Gambar 3.2 (4) Anlene Generasi Bergerak Warna.....	49
Gambar 3.3 (4) <i>Survey Marketeers</i>	56
Gambar 3.3 (5) <i>Survey Marketeers</i>	57
Gambar 4.1.6 (1) Lapangan Lari.....	79
Gambar 4.1.6 (2) Angka 30	80
Gambar 4.1.6 (3) Logo Mizone	80
Gambar 4.1.6 (4) Gaya Gambar.....	81
Gambar 4.1.6 (5) Model <i>Layout Left Index</i>	81

Gambar 4.1.6 (6) <i>Font Open Sans Regular</i>	81
Gambar 4.1.6 (7) <i>Font Open Sans Light</i>	82
Gambar 4.1.6 (8) Skema Logo Utama MY30RUN.....	82
Gambar 4.2.1 (1) Logo Aplikasi MY30RUN.....	83
Gambar 4.2.2 (1) <i>Interface Aplikasi</i>	83
Gambar 4.2.3 (1) Poster.....	87
Gambar 4.2.4 (1) <i>Print Ads</i>	88
Gambar 4.2.5 (1) <i>Vanding Machine</i>	89
Gambar 4.2.6 (1) QR Code.....	90
Gambar 4.2.7 (1) <i>Rich Banner</i>	91
Gambar 4.2.8 (1) Sosial Media.....	92
Gambar 4.2.9 (1) <i>Merchandise</i>	93

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. LATAR BELAKANG	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.7 Metode Pengumpulan Data	5
1.8 Kerangka Berfikir.....	6
1.9 Pembabakan.....	8
BAB II. DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Kampanye Periklanan	8
2.1.1 Kampanye	8
2.1.1.1 Sifat & Ciri Kampanye	8
2.1.1.2 Jenis-Jenis Kampanye	9
2.1.1.3 Pesan Kampanye	9
2.1.1.4 Faktor Penghambat Keberhasilan Kampanye	10
2.1.1.5 Faktor Penunjang Keberhasilan Kampanye	10
2.1.2 Periklanan	11
2.2 Promosi.....	12
2.2.1 Promosi Penjualan	12
2.3 <i>Internet Advertising</i>	13
2.3.1 Jenis-Jenis <i>Internet Advertising</i>	14
2.4 <i>Integrated Marketing Communication</i>	15

2.5	Proses Komunikasi Pemasaran.....	15
2.5.1	Perencanaan Pemasaran.....	16
2.6	Perilaku Konsumen	18
2.6.1	Proses Keputusan Konsumen	18
2.7	Strategi Pengembangan Merek.....	19
2.8	<i>Brand Awareness</i>	19
2.9	Strategi Kreatif	20
2.10	Media	21
2.10.1	Pemilihan Media.....	22
2.10.2	Strategi Media	23
2.11	Media dan Teknologi	24
2.11.1	Internet.....	25
2.11.2	<i>Mobile Phone</i>	25
2.12	Aplikasi <i>Mobile</i>	25
2.12.1	<i>User Interface</i>	25
2.13	Desain Komunikasi Visual.....	26
2.13.1	Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual	27
2.14	Prinsip Desain Web	37
2.15	Hidup Sehat	38
2.16	Pengertian Olahraga	38
2.16.1	Olahraga Kesehatan.....	38
2.16.2	Manfaat Olahraga	39
2.16.3	Lari	40
BAB III. DATA DAN ANALISIS MASALAH		
3.1	Data Institusi.....	43
3.1.1	<i>Profile</i> Produk Mizone	43
3.1.2	<i>Profile</i> Perusahaan, Data Produk, Data Objek	43
3.1.3	Data Khalayak Sasaran.....	45
3.2	Data Kegiatan Sejenis	47
3.3	Data Hasil Wawancara, Kuisisioner, Observasi	50
3.4	Analisis.....	55
3.4.1	Analisis Data Objek.....	55
3.4.2	Analisis Visual Produk.....	57
3.4.3	Analisis SWOT.....	58

3.1.3 Analisis Kegiatan Sejenis	63
3.5 AIDA	67
3.6 AISAS	68
BAB IV. KONSEP & HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep Perancangan	70
4.1.1 Konsep Komunikasi	70
4.1.2 Konsep Pesan	70
4.1.3 Konsep Kreatif	72
4.1.3.1 Konsep Kreatif Konten	74
4.1.4 Konsep Media	76
4.1.5 Konsep Visual	79
4.2 Hasil Perancangan	83
4.2.1 Logo Aplikasi MY30RUN	83
4.2.2 <i>Interface</i> Aplikasi	85
4.2.3 Poster	87
4.2.4 <i>Print Ads</i>	88
4.2.5 <i>Vanding Machine</i>	89
4.2.6 <i>QR Code</i>	90
4.2.7 <i>Rich Banner</i>	91
4.2.8 Sosial Media	92
4.2.9 <i>Merchandise</i>	93
BAB V. KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	97