

Kata Pengantar

Puji syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah yang tiada ternilai kepada Penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari sepenuhnya, hanya dengan pertolongan-Nya lah tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Keripik Pisang Aneka Yen Yen” ini disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan Strata-1 jurusan Desain Komunikasi Visual di Telkom University Bandung.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, Penulis banyak mendapat bantuan baik langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Karenanya dalam kesempatan ini izinkanlah Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT.
2. Kedua orang tua, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam melaksanakan tugas akhir ini.
3. Ibu Ira Wirasari, S. Sos., M. Ds., selaku pembimbing Penulis
4. Bapak Wilson Limas dan istri, selaku pemilik Perusahaan Yen Yen
5. Andi Wahyu Z.Y. dan Ainunnya, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam pembuatan rancangan ini.
6. Teman-teman kosan (Nabila, Uyun, Najla), Warek Lampung & Villa Ciparay’s Army yang terus memberikan semangat dan saran-saran yang sangat berkesan.
7. Rekan-rekan DKV 2010 seperjuangan tugas akhir, semoga semua impian kita dapat tercapai setelah lulus dari Telkom University.

Akhir kata, Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga karya ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Bandung, 2014

Dwi Mortesa

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	2
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	3
1.6 Metode Penelitian	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.7 Kerangka Perancangan	5
1.8 Pembabakan	6
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Definisi Perancangan	7
2.2 Pemasaran	7
2.2.1 Bauran Pemasaran	8
2.3 Promosi	8
2.3.1 Tujuan Promosi	9
2.3.2 Bauran Promosi	10
2.3.3 Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi	12
2.4 Iklan (<i>Advertising</i>)	13

2.4.1	Tujuan Iklan	14
2.4.2	Program Iklan	14
2.4.3	Unsur-unsur Naskah Iklan	15
2.5	Analisis SWOT	15
2.6	Variabel AIO	16
2.7	Positioning	16
2.8	AIDA	17
2.9	Media	17
2.9.1	Pengertian Media	17
2.9.2	Website	18
2.9.3	Definisi Kemasan/Pengemasan	19
2.9.4	Fungsi Kemasan	19
2.9.5	Desain Kemasan	19
2.9.6	Pentingnya Desain Kemasan dalam Pemasaran Keripik Buah atau Produk Lain	20
2.10	Desain Komunikasi Visual	20
2.10.1	Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual	21
2.11	Perilaku Konsumen	29
2.11.1	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	29
2.11.2	Psikologi Konsumen	34
2.11.3	Tipe-tipe Konsumen	35
2.12	Keripik Pisang	35

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1	Data	37
3.1.1	Data Institusi Terkait	37
3.1.2	Data Perusahaan	38
3.1.2.1	Profil Perusahaan Keripik Pisang Aneka Yen Yen	38
3.1.2.2	Data Omset Penjualan Keripik Pisang Aneka Yen Yen	41
3.1.2.3	Komposisi Keripik Pisang Aneka Yen Yen ...	41
3.1.2.4	Variasi Irisan Bentuk Keripik Pisang Aneka	

	Yen Yen	41
	3.1.2.5 Proses Produksi	42
3.1.3	Data Khalayak Sasaran	44
3.1.4	Data Produk Sejenis (Data Kompetitor)	45
3.1.5	Data Hasil Wawancara	49
3.1.6	Data Hasil Kuisisioner	50
3.1.7	Data Hasil Observasi	52
3.2	Analisis	53
3.2.1	Analisa 4P	53
3.2.2	Analisis SWOT Produk Aneka Yen Yen Dengan Kompetitor	55
3.2.3	Analisis Perbandingan Dengan Proyek Sejenis	58
3.2.4	Analisis Matriks SWOT	60
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		
4.1	Konsep	62
4.1.1	Konsep Pesan (Ide Besar)	62
4.1.2	<i>Positioning</i>	62
4.1.3	Strategi Perancangan Promosi	63
4.1.4	Konsep Kreatif (Pendekatan)	64
4.1.5	Konsep Media	65
4.1.6	Konsep Visual	69
4.2	Hasil Perancangan	75
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1</i> Skema Perancangan	5
<i>Gambar 2.1</i> Huruf Sanserif	22
<i>Gambar 2.2</i> Huruf Script	23
<i>Gambar 2.3</i> Bentuk Huruf Serif	23
<i>Gambar 2.4</i> <i>Anatomy</i> Huruf	24
<i>Gambar 2.5</i> Huruf Dekoratif	24
<i>Gambar 2.6</i> Pengelompokkan Warna	27
<i>Gambar 2.7</i> Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
<i>Gambar 3.1</i> Logo Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia	37
<i>Gambar 3.2</i> Struktur Organisasi	38
<i>Gambar 3.3</i> Logo Produk Yen Yen	39
<i>Gambar 3.4</i> Keadaan Dalam Toko 1	40
<i>Gambar 3.5</i> Keadaan Dalam Toko 2	40
<i>Gambar 3.6</i> Keripik Pisang Bentuk Membujur	42
<i>Gambar 3.7</i> Keripik Pisang Bentuk <i>Waffle</i>	42
<i>Gambar 3.8</i> Ikon Keripik Pisang Mr. Monkey	45
<i>Gambar 3.9</i> Tampilan Kemasan Keripik Pisang Mr.Monkey	46
<i>Gambar 3.10</i> Promosi Keripik Pisang Mr. Monkey di <i>Facebook</i>	46
<i>Gambar 3.11</i> Promosi Keripik Pisang Mr. Monkey di Blog	46
<i>Gambar 3.12</i> Promosi Keripik Pisang mr. monkey di Twitter	47
<i>Gambar 3.13</i> Logo Istana Keripik Pisang Ibu Mery	48
<i>Gambar 3.14</i> Tampilan Kemasan Istana Keripik Pisang Ibu Mery	48
<i>Gambar 3.15</i> Promosi Istana Keripik Pisang Ibu Mery di <i>Twitter</i>	48
<i>Gambar 3.16</i> Promosi Istana Keripik Pisang Ibu Mery di <i>Foursquare</i>	49
<i>Gambar 3.17</i> Grafik Minat Masyarakat Terhadap Produk	50
<i>Gambar 3.18</i> Grafik Terhadap Tampilan Kemasan Produk	51
<i>Gambar 3.19</i> Grafik Konsumen Terhadap Penggunaan <i>Gadget</i> dalam Sehari	51
<i>Gambar 3.20</i> Tampilan Kemasan Produk Aneka Yen Yen	53

Gambar 3.21 Beberapa Pilihan Rasa Dari Produk Aneka Yen Yen (dari kiri ke kanan; Coklat, Stroberi, dan Keju)	54
Gambar 4.1 Gambar Flowchart Untuk Website	69
Gambar 4.2 Studi Warna Untuk Penerapan Visual	70
Gambar 4.3 Jenis Font Roadway	72
Gambar 4.4 Jenis Font Print Clearly	73
Gambar 4.5 Jenis Font That’s Font Folks!	73
Gambar 4.6 Jenis Font Levi Brush	74
Gambar 4.7 Gambar Ilustrasi Pisang Kepok	74
Gambar 4.8 Foto Produk	75
Gambar 4.9 Halaman Website – Beranda	76
Gambar 4.10 Halaman Website – “Form Pendaftaran”	77
Gambar 4.11 Halaman Website – Tentang Kami – Sejarah	77
Gambar 4.12 Halaman Website – Tentang Kami – Lokasi	77
Gambar 4.13 Halaman Website – Tentang Kami – Kontak	78
Gambar 4.14 Halaman Website – Cara Pembayaran 1	78
Gambar 4.15 Halaman Website – Cara Pembayaran 2	79
Gambar 4.16 Halaman Website – Pilihan Bank Untuk Transfer	79
Gambar 4.17 Halaman Website – Belanja, slide 1	80
Gambar 4.18 Halaman Website – Informasi Detail Produk	81
Gambar 4.19 Ikon Keranjang Belanja	81
Gambar 4.20 Halaman Website – Keranjang Belanja	82
Gambar 4.21 Halaman Website – Penutup	82
Gambar 4.22 Tampilan Perspektif Kemasan, Depan dan Belakang	83
Gambar 4.23 Tampilan Kemasan, Tampak Depan dan Belakang	83
Gambar 4.24 Varian Kemasan Sesuai Dengan 8 Macam Rasa Produk	84
Gambar 4.25 Tampilan <i>Shopping Bag</i> (Kardus) Produk	85
Gambar 4.26 Iklan Pada <i>Trolley Airport</i>	85
Gambar 4.27 Tampilan Iklan X Banner	86
Gambar 4.28 Pengaplikasian Easel	87
Gambar 4.29 Pengaplikasian <i>Flag Chain</i>	87
Gambar 4.30 Merchandise Payung	88

<i>Gambar 4.31</i> Merchandise Tumbler	88
<i>Gambar 4.32</i> Merchandise Wadah Makan	88
<i>Gambar 4.33</i> Kartu Nama Perusahaan	89
<i>Gambar 4.34</i> Facebook	89
<i>Gambar 4.35</i> Instagram	90
<i>Gambar 4.36</i> Pengaplikasian Iklan di Koran	90
<i>Gambar 4.37</i> Pengaplikasian Iklan di Majalah	92

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1</i> Tabel Asosiasi Warna Terhadap Pribadi Seseorang	26
<i>Tabel 3.1</i> Analisis SWOT Kompetitor	57
<i>Tabel 3.2</i> Hasil Perbandingan dengan Proyek Sejenis	59
<i>Tabel 3.3</i> Analisis Matriks SWOT	60
<i>Tabel 4.1</i> Keterangan Media	66
<i>Tabel 4.2</i> Timeline Media	67
<i>Tabel 4.3</i> Budget Promosi	68